

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan Tesis	ii
Sertifikasi	iii
Abstrak	iv
<i>Abstract</i>	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar	xiii
Daftar Lampiran	xiv
 Bab I : Pendahuluan	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian	14
1.4 Kegunaan Penelitian	15
 Bab II : Telaah Pustaka dan Pengembangan Model Penelitian	
2.1 Telaah Pustaka	16
2.1.1 Brand Loyalty	16
2.1.2 Nilai Fungsional	20
2.1.3 Nilai Emosional	21
2.1.4 Kelayakan Harga	21
2.1.5 Komitmen	21
2.1.6 Minat Beli Ulang	23
2.2 Pengaruh Antar Variabel	24
2.3 Pengembangan Model Penelitian	28
2.4 Definisi & Dimensional Variabel	29
 Bab III : Metode Penelitian	
3.1 Objek Penelitian	37
3.2 Sumber dan Jenis Data	37
3.3 Sampel dan Populasi	38
3.4 Sampling Technique	41
3.5 Metode Pengumpulan Data	41

3.6 Analysis Technique	42
------------------------------	----

Bab IV Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

4.1 Karakteristik Responden	63
4.2 Analisis Deskripsi Variabel.....	64
4.3 Analisa Kuantitatif	
4.3.1 Uji Validitas dan Realibilitas.....	74
4.3.2 Uji Normalitas	89
4.3.3 Persamaan SEM	90
4.3.4 Pengujian Hipotesis.....	91
4.3.4.1 Pengaruh Nilai Fungsional terhadap Loyalitas Merek	91
4.3.4.2 Pengaruh Nilai Emosional terhadap Loyalitas Merek	92
4.3.4.3 Pengaruh Kelayakan Harga terhadap Loyalitas Merek	92
4.3.4.4 Pengaruh Komitmen terhadap Loyalitas Merek	92
4.3.4.5 Pengaruh Loyalitas Merek terhadap Minat Beli Ulang	92
4.3.5 Koefisien Determinasi	93
4.3.6 Pengujian Fit Model	93
4.3.7 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	94
4.4 Pembahasan	95
4.4.1 Pengaruh Nilai Fungsional terhadap Loyalitas Merek	95
4.4.2 Pengaruh Nilai Emosional terhadap Loyalitas Merek	96
4.4.3 Pengaruh Kelayakan Harga terhadap Loyalitas Merek	97
4.4.4 Pengaruh Komitmen terhadap Loyalitas Merek	97
4.4.5 Pengaruh Loyalitas Merek terhadap Minat Beli Ulang	98

Bab V Kesimpulan dan Implikasi Kebijakan

5.1 Kesimpulan.....	99
5.2 Implikasi	
5.2.1 Kontribusi Teori	100
5.2.2 Implikasi Manajerial	103
5.3 Keterbatasan Penelitian	106
5.4 Agenda Penelitian yang akan datang	106