DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
PERSETUJUAN SKRIPSI ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN v
ABSTRACT vi
ABSTRAK vii
KATA PENGANTAR viii
DAFTAR ISI xi
DAFTAR TABEL xiv
DAFTAR GAMBAR xvi
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Rumusan Masalah 17
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian 18
1.4 Manfaat Penelitian 19
BAB II TINJAUAN PUSTAKA 22
2.1 Landasan Teori 22
2.1.1 Perilaku Konsumen 22
2.1.2 Minat Beli Ulang 22
2.1.3 Kepuasan Pelanggan 24
2.1.4 Kualitas Layanan 27
2.1.5 Kualitas Produk 29
2.1.6 Brand Image 31
2.1.7 Perceived Value 32
2.2 Pengaruh Antar Variabel 34
2.2.1 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan 34
2.2.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan 35

2.2.3 Pengaruh Brand Image Terhadap Kepuasan Pelanggan 36
2.2.4 Pengaruh Perceived Value Terhadap Kepuasan Pelanggan 37
2.2.5 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang.....38
2.3 Penelitian Terdahulu.....39
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis.....47
2.5 Hipotesis Penelitian.....48
BAB III METODE PENELITIAN 49
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel 49
3.1.1 Variabel Penelitian.....49
3.1.2 Definisi Operasional Variabel 50
3.2 Populasi dan Sampel 52
3.2.1 Populasi.....52
3.2.2 Sampel 52
3.3 Jenis dan Sumber data 53
3.3.1 Data Primer.....53
3.3.2 Data Sekunder.....53
3.4 Metode Pengumpulan Data 54
3.5 Metode Analisis Data 54
3.5.1 Tahapan Pengujian SEM 55
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 58
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....58
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....58
4.1.2 Identitas Responden.....58
4.1.3 Deskripsi Variabel Penelitian 62
4.2 Uji Asumsi SEM 75
4.2.1 Uji Normalitas Data.....75
4.2.2 Uji Outlier.....77
4.2.3 Uji Multikolinearitas.....77
4.3 Uji Reliabilitas dan Validitas Konstruk.....78
4.3.1 Uji Reliabilitas konstruk.....78
4.3.2 Uji Validitas Konstruk.....80
4.4 Analisis Faktor Konfirmatori 81

4.4.1 Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Eksogen 81
4.4.2 Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Endogen.....84
4.5 Menilai Kriteria Goodness of Fit (Menguji Kelayakan Model).....86
4.6 Uji Hipotesis.....88
4.7 Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung 90
4.8 Pembahasan 92
BAB V PENUTUP.....96
5.1 Kesimpulan.....96
5.2 Implikasi Teoritis 98
5.3 Implikasi Manajerial.....99
5.4 Keterbatasan Penelitian 104
5.5 Saran untuk Penelitian Selanjutnya 104
DAFTAR PUSTAKA 105
LAMPIRAN - LAMPIRAN.....111

UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
FEB UNDIP