DAFTAR ISI

COVER 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 x
DAFTAR TABEL xiv
DAFTAR GAMBAR xvii
DAFTAR LAMPIRAN xviii
BAB I 1
PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Rumusan Masalah 7
1.3 Tujuan 9
1.3.1 Tujuan Penelitian 9
1.3.2 Kegunaan Penelitian 9
1.4 Sistematika Penulisan 10
BAB II 12
TELAAH PUSTAKA 12
2.1 Landasan Teori: *Service Dominant Logic* (S-D Logic) 12
2.2. Variabel Penelitian 14
2.2.1 Kualitas Layanan Logistik *(Logistics Service Quality)* 14
2.2.2 Citra Merek (*Brand Image)* 16
2.2.3 Keterikatan Merek *(Brand Attachment)* 18
2.2.4 Kepuasan Konsumen *(Customer Satisfaction)* 19
2.3 Hubungan Antar Variabel 22

2.3.1 Hubungan *Logistics Service Quality* terhadap *Brand Image* .. 22
2.3.2 Hubungan *Brand Image* terhadap *Brand Attachment* 23
2.3.3 Hubungan *Brand Image* terhadap *Customer satisfaction* 24
2.3.4 Hubungan *Brand Attachment* terhadap *Customer Satisfaction* 25
2.3.5 Hubungan *Logistics Service Quality* terhadap *Customer satisfaction* dengan *Brand Image* sebagai variabel mediasi 26
2.4 Model Penelitian Empirik 27
BAB III 29
MODEL PENELITIAN 29
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel 29
3.1.1 Variabel Penelitian 29
3.1.2 Definisi Operasional Variabel 30
3.2 Populasi and Sampel 32
3.2.1 Populasi 32
3.2.2 Sampel 32
3.3 Jenis dan Sumber Data 32
3.3.1 Jenis Data 32
3.3.2 Sumber Data 33
3.4 Metode Pengumpulan Data 33
3.4.1 Kuosioner 33
3.4.2 Studi Kepustakaan 34
3.5 Uji Kelayakan Kuesioner 35
3.5.1 Uji Semantik 35
3.5.2 Uji Statistik 71
3.6 Metode Analisis 74
3.6.1 Analisis Univariat 75
3.6.2 Analisis Multivariat 75
3.6.3 Pengembangan Model Teoritis 76
BAB IV 83
HASIL DAN ANALISIS 83
4.1 Deskripsi Objek Penelitian 83
4.1.1 Deskripsi Uum Objek Penelitian 83

4.1.2 Deskripsi Umum Responden 84
_4.1.2.1 Penggolongan Responden Berdasarkan Profil Identitas 84
_4.1.2.2 Penggolongan Responden Berdasarkan Informasi Penggunaan SiCepat Express 87
4.1.3 Analisis Indeks Jawaban Responden 89
_4.1.3.1 Analisis Indeks Kualitas Layanan Logistik..... 90
_4.1.3.2 Analisis Indeks Citra Merek..... 94
_4.1.3.3 Analisis Indeks Keterikatan Merek 96
_4.1.3.4 Analisis Indeks Kepuasan Konsumen..... 97
4.2 Analisis SEM 99
4.2.1 Uji Confirmantory Factor Analysis (CFA) 99
_4.2.1.1 Uji CFA Variabel Eksogen 100
_4.2.1.2 Uji CFA Konstruk Variabel Endogen 109
4.2.2 Uji Struktural 118
_4.2.2.1 Evaluasi Kriteria Goodness-of-Fit 120
_4.2.2.2 Ukuran Sampel..... 120
_4.2.2.3 Uji Normalitas Residual..... 121
_4.2.2.4 Uji Outlier 122
_4.2.2.5 Uji Multicollinearity dan Singularity 125
_4.2.2.6 UjiValiditas Konvergen 129
_4.2.2.7 Uji Reliabilitas 130
_4.2.2.8 Uji Nilai Residual 131
4.2.3 Pengujian Hipotesis 133
4.2.4 Pengujian Hipotesis Mediasi..... 135
4.2.5 Analisis Direct Effect, Indirect Effect, dan Total Effect..... 139
4.3 Interpretasi Hasil..... 141
4.3.1 Pengaruh Kualitas Layanan Logistik terhadap Citra Merek. 141
4.3.2 Pengaruh Citra Merek terhadap Keterikatan Merek 142
4.3.3 Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen 143
4.3.4 Pengaruh Keterikatan Merek terhadap Kepuasan Konsumen143
4.3.5 Pengaruh Citra Merek dalam Memediasi Hubungan antara Kualitas Layanan Logistik terhadap Kepuasan Konsumen 144
BAB V 146

PENUTUP 146
5.1 Ringkasan Penelitian 146
5.2 Kesimpulan atas Diterimanya Hipotesis 148
5.3 Kesimpulan Masalah Penelitian 150
5.4 Implikasi Teoritis 153
5.5 Implikasi Manajerial 154
5.6 Keterbatasan 156
5.7 Saran untuk Penelitian Mendatang 157
DAFTAR PUSTAKA 158

UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
FEB UNDIP