

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
SERTIFIKASI.....	ii
PENGESAHAN TESIS.....	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iv
ABSTRACT .....	v
ABSTRAK .....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Masalah Penelitian .....</b>	<b>12</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian .....</b>	<b>13</b>
<b>1.4 Kegunaan Penelitian .....</b>	<b>14</b>
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL.....</b>	<b>15</b>
<b>2.1 Konsep Dasar dan Dimensionalisasi Variabel .....</b>	<b>15</b>
2.1.1 <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> .....	15
2.1.2 <b>Kualitas Layanan .....</b>	<b>15</b>
2.1.3 <b>Kualitas Produk .....</b>	<b>17</b>
2.1.4 <b>Citra Merek .....</b>	<b>18</b>
2.1.5 <b>Kepuasan Pelanggan.....</b>	<b>20</b>
2.1.6 <b>Loyalitas Pelanggan .....</b>	<b>21</b>
<b>2.2 Pengaruh dan Pengembangan Model Variabel .....</b>	<b>22</b>
2.2.1 <b>Pengaruh Kualitas layanan dengan Kepuasan pelanggan.....</b>	<b>22</b>
2.2.2 <b>Pengaruh Kualitas Produk dengan Kepuasan Pelanggan .....</b>	<b>22</b>
2.2.3 <b>Pengaruh Citra Merek dengan Kepuasan Pelanggan .....</b>	<b>23</b>

2.2.4	Pengaruh Kepuasan Pelanggan dengan Loyalitas Pelanggan ..	23
2.2.5	Pengaruh Citra Merek dengan Loyalitas Pelanggan.....	25
2.3	Rangkuman Model .....	26
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>27</b>
3.1	Variabel dan Definisi Operasional.....	27
3.1.1	Variabel Penelitian.....	27
3.1.2	Definisi Operasional Variabel.....	27
3.2	Populasi dan Sampel .....	30
3.3	Jenis Data dan Sumber Data .....	31
3.4	Metode Pengumpulan Data .....	31
3.5	Metode Analisis Data .....	32
3.5.1	Uji Validitas .....	32
3.5.2	Uji Reliabilitas .....	32
3.5.3	Analisis Faktor Konfirmatori (CFA) .....	33
3.5.4	Pengujian Model Struktural .....	33
3.5.5	Pengujian Hipotesis.....	33
3.5.6	Pengukuran <i>Overall Fit</i> .....	34
3.5.7	Pengaruh Langsung, Tidak Langsung, dan Total .....	34
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>35</b>
4.1	Deskripsi Objek Penelitian .....	35
4.1.1	Objek Penelitian.....	35
4.1.2	Responden.....	36
4.2	Uji Sampel .....	37
4.2.1	Uji Validitas Sampel .....	37
4.2.2	Uji Reabilitas Sampel.....	38
4.3	Uji Kualitas Data .....	38
4.3.1	Uji Validitas .....	38
4.3.2	Uji Reabilitas .....	39
4.4	Evaluasi Tentang Asumsi SEM.....	40
4.4.1	Ukuran Sampel.....	40

4.4.2	Uji Normalitas Data .....	40
4.4.3	Uji Outliners .....	41
4.4.4	<i>Structural Equation Model (SEM)</i> .....	43
4.4.5	Pengujiann Hipotesis .....	49
4.4.6	Pengaruh Total, Langsung, dan Tidak Langsung .....	52
<b>BAB V PENUTUP .....</b>		<b>54</b>
5.1	Kesimpulan .....	54
5.2	Implikasi Teoritis.....	54
5.3	Implikasi Manajerial.....	55
5.4	Keterbatan Penelitian .....	56
5.5	Saran.....	56
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>58</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>63</b>

