

DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Kegunaan Penelitian.....	9
1.5 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Landasan Teori.....	12
2.1.1 <i>Word Of Mouth Marketing</i>	12
2.1.2 Kualitas Produk.....	14
2.1.3 Kualitas Layanan	16
2.1.4 Citra Merek.....	18
2.1.5 Kepuasan Pelanggan	20
2.1.6 Loyalitas Pelanggan	22
2.2 Penelitian Terdahulu	25
2.3 Hubungan Antar Variabel	29
2.3.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan.....	29
2.3.2 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan	29
2.3.3 Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan.....	30
2.3.4 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	31
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis	32

2.5	Hipotesis.....	33
BAB III METODE PENELITIAN.....		34
3.1	Landasan Teori.....	34
3.1.1	Variabel Penelitian.....	34
3.1.2	Definisi Operasional	34
3.2	Populasi dan Sampel	37
3.2.1	Populasi	37
3.2.2	Sampel	37
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	38
3.3.1	Jenis Data.....	38
3.3.2	Metode Pengumpulan Data	39
3.4	Uji Statistik	40
3.4.1	Uji Validitas.....	40
3.4.2	Uji Reliabilitas	43
3.5	Metode Analisis Data.....	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		51
4.1	Deskripsi Penelitian.....	51
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan	51
4.1.2	Gambaran Responden Penelitian.....	52
4.2	Evaluasi Asumsi SEM.....	53
4.2.1	Uji Normalitas	53
4.2.2	Uji Outliers	55
4.2.3	Uji Multikolinearitas.....	57
4.2.4	Uji Indeks Hoelter.....	57
4.3	Uji Reliabilitas dan Validitas Konstruk.....	58
4.3.1	Uji Reabilitas Konstruk	58
4.3.2	Uji Validitas Konstrujk.....	60
4.4	Uji Confirmatory Factor Analysis (CFA)	60
4.4.1	Analisis Faktor Konfirmatori (CFA) Konstruk Eksogen.....	61
4.4.2	Analisis Faktor Konfirmatori (CFA) Konstruk Endogen	64

4.5 Analisis Full Mode.....	66
4.6 Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	71
4.7 Uji Hipotesis	72
BAB V PENUTUP.....	76
5.1 Kesimpulan	76
5.2 Implikasi Manajerial	77
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	79
5.4 Saran	79
DAFTAR PUSTAKA.....	81
LAMPIRAN.....	86
LAMPIRAN A: KUESIONER PENELITIAN.....	86
LAMPIRAN B : TABULASI DATA RESPONDEN.....	91
LAMPIRAN C : UJI VALIDITAS	97
LAMPIRAN D : HASIL OLAH DATA.....	103

