

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	9
1.3.1 Tujuan Penelitian	9
1.3.2 Manfaat Penelitian	10
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 Teori Perilaku Konsumen	12
2.1.2 Loyalitas Merek	13
2.1.3 Persepsi Harga	15
2.1.4 Citra Merek.....	17
2.1.5 Kualitas Layanan	18
2.1.6 Kepuasan Pelanggan.....	20
2.2 Hubungan Antar Variabel dan Penelitian Terdahulu	21
2.2.1 Hubungan Antar Variabel.....	21
2.2.2 Penelitian Terdahulu	31
2.3 Kerangka Pemikiran	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	35
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	35

3.1.1 Variabel Penelitian	35
3.1.2 Definisi Operasional Variabel	36
3.2 Populasi dan Sampel	38
3.2.1 Populasi.....	38
3.2.1 Sampel	38
3.3 Jenis dan Sumber Data	40
3.3.1 Data Primer	40
3.3.2 Data Sekunder.....	40
3.4 Metode Pengumpulan Data	41
3.4.1 Studi Pustaka.....	41
3.4.2 Kuesioner	41
3.5 Metode Analisis Data	42
3.5.1 Uji Validitas dan Uji Realibilitas	42
3.5.2 Uji Hipotesis	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	48
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	48
4.1.1 Gambaran Umum PT. K-24 Indonesia	49
4.1.2 Gambaran Umum Responden.....	50
4.2 Hasil Uji Instrumen	52
4.2.1 Uji Validitas	52
4.2.2 Uji Reliabilitas	54
4.3 Hasil Analisis.....	55
4.3.1. Analisis Jawaban Variabel Persepsi	56
4.3.2 Analisis Jawaban Variabel Citra Merek (X2)	58
4.3.3 Analisis Jawaban Variabel Kualitas Layanan(X3).....	59
4.3.4 Analisis Jawaban Variabel Kepuasan Pelanggan (Y1)	60
4.3.5 Analisis Jawaban Variabel Loyalitas Merek(Y2)	61
4.4 Hasil Analisis SEM	62
4.4.1 <i>Confirmatory Factor Analysis (CFA)</i>	62
4.4.2 Analisis Full Model SEM	82
4.4.3 Uji Hipotesis	91
4.4.4 Analisis <i>Direct Effect, Indirect Effect</i> dan <i>Total Effect</i>	95

4.5 Interpretasi Hasil	98
4.5.1 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan	98
4.5.2 Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan.....	98
4.5.3 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan	99
4.5.4 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Merek.....	100
4.5.5 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Loyalitas Merek	100
4.5.6 Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Merek.....	101
4.5.7 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Merek	101
BAB V PENUTUP.....	103
5.1 Simpulan.....	103
5.1.1 Kesimpulan Atas Diterimanya Hipotesis.....	103
5.1.2 Kesimpulan Masalah Penelitian.....	104
5.2 Implikasi Teoritis.....	106
5.3 Implikasi Manajerial.....	107
5.4 Keterbatasan	108
5.5 Saran Untuk Penelitian yang Akan Datang	109
DAFTAR PUSTAKA	111
DAFTAR LAMPIRAN	121

