

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iii
MOTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	vii
ABSTRACT.....	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	15
1.3.1 Tujuan Penelitian	15
1.3.2 Kegunaan Penelitian	16
1.4 Sistematika Penulisan.....	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	18
2.1 Landasan Teori	18
2.1.1 Theory Of General Buying Behavior.....	18
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	19
2.1.3 Persepsi Harga	24
2.1.4 Citra Merek	26
2.1.5 Kualitas Pelayanan.....	28
2.1.6 Kepuasan Pelanggan	31
2.1.7 Loyalitas Konsumen	33
2.2 Penelitian Terdahulu.....	34
2.3 Hubungan Antar Variabel	38
2.3.1 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen	38

2.3.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan	40
2.3.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	41
2.3.4 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Konsumen.....	43
2.3.5 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Konsumen.....	45
2.3.6 Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen.....	46
2.3.7 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen	48
2.4 Kerangka Pemikiran	50
2.5 Hipotesis Penelitian.....	50
BAB III METODE PENELITIAN.....	49
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	49
3.1.1 Variabel Penelitian.....	49
3.1.2 Definisi Operasional Variabel	50
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	53
3.2.1 Populasi Penelitian.....	53
3.2.2 Sampel Penelitian	53
3.3 Jenis dan Sumber Data	54
3.4 Teknik Pengumpulan Data	55
3.4.1 Kuesioner	55
3.4.2 Studi Kepustakaan	56
3.5 Metode Analisis Data	56
3.5.1 Pengujian Kualitas Data Penelitian.....	56
3.6 Uji Structural Equation Modeling (SEM)	58
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	64
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	64
4.1.1 Gambaran Umum Maxim	64
4.1.2 Gambaran Umum Responden.....	66
4.2 Hasil Analisis Data	72
4.2.1 Uji Kualitas Data	73
4.3 Uji Asumsi Structural Equation Model (SEM)	75
4.3.1 Analisis Konfirmatori Faktor (<i>Confirmatory Factor Analysis</i>).....	76
4.3.2 Uji Normalitas Data	85
4.3.3 Menilai Kriteria Goodness of Fit (Menguji Kelayakan Model)	87

4.3.4 Uji Construct Reliability dan Variance Extracted	90
4.3.5 Uji Outlier	92
4.3.6 Uji Multikolinearitas dan Singularity	98
4.3.7 Interpretasi dan Modifikasi Model	99
4.3.8 Uji Hipotesis	100
4.3.9 Analisis Direct Effects, Indirect Effects, dan Total Effects	104
4.4 Pembahasan	106
4.4.1 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	107
4.4.2 Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan	108
4.4.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan	109
4.4.4 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Konsumen	110
4.4.5 Pengaruh Persepsi harga terhadap Loyalitas Konsumen	111
4.4.6 Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Konsumen	113
4.4.7 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen	114
BAB V PENUTUP	116
5.1 Kesimpulan	116
5.1.1 Kesimpulan Atas Diterimanya Hipotesis	116
5.1.2 Kesimpulan Masalah Penelitian	117
5.2 Implikasi Teoritis	119
5.3 Implikasi Manajerial	120
5.4 Keterbatasan Penelitian	123
5.5 Saran Bagi Penelitian Mendatang	123
DAFTAR PUSTAKA	124
DAFTAR LAMPIRAN	130
Lampiran A Kuisiioner Penelitian	130
Lampiran B Tabulasi Data	139
Lampiran C Uji Reliabilitas Dan Validitas Sampel	143
Lampiran D Hasil Output Olah Data Amos	149
CFA EKSOGEN	149
CFA ENDOGEN	153
CFA FULL MODEL	156