

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.5 Sistematika Penulisan Penelitian.....	11
BAB II TELAAH PUSTAKA	14
2.1 Teori Konfirmasi Ekspektasi (<i>Expectation Confirmation Theory</i>).....	14
2.2 Teori Sinyal (<i>Signalling Theory</i>).....	16
2.3 Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	19
2.4 Kualitas Pelayanan (<i>Service Quality</i>).....	22
2.5 Nilai yang Dipersepsikan (<i>Perceived Value</i>)	25
2.6 Kepuasan Pelanggan (<i>Customer Satisfaction</i>).....	28
2.7 Niat Pembelian Ulang (<i>Repurchase Intention</i>).....	30
2.8 Penelitian Terdahulu.....	33
2.9 Pengembangan Hipotesis.....	37
2.10 Kerangka Berpikir Penelitian	48
2.11 Hipotesis Penelitian	49
BAB III METODE PENELITIAN	50
3.1 Jenis dan Sumber Data	50
3.2 Metode Pengumpulan Data	50
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	52
3.4 Parameter Pengujian Model pada <i>Structural Equation Modelling</i>	54
3.5 Uji Validitas Instrumen	56
3.6 Uji Realibilitas Instrumen.....	58
3.7 Uji Normalitas Data.....	60
3.8 Kuesioner Penelitian.....	62
3.9 Pengujian Instrumen Penelitian	64

BAB IV HASIL DAN ANALISIS.....	67
4.1 Profil Objek Penelitian	67
4.2 Karakteristik Responden Penelitian	70
4.3 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	71
4.4 Pengujian Model Pengukuran (<i>Measurement Model</i>).....	76
4.5 Analisis <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM).....	79
4.6 Uji Parameter pada <i>Structural Equation Modelling</i>	87
4.7 Pengujian Hipotesis Penelitian	93
4.8 Analisis Pengaruh Langsung	108
4.9 Pembahasan Hasil Penelitian.....	113
BAB V PENUTUP.....	116
5.1 Simpulan.....	116
5.2 Implikasi Penelitian	117
5.3 Keterbatasan Penelitian	121
5.4 Rekomendasi Penelitian Selanjutnya	122
DAFTAR PUSTAKA.....	124
LAMPIRAN.....	129