

DAFTAR ISI

HALAMAN DEPAN	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	15
1.3 Tujuan Penelitian.....	16
1.4 Kegunaan Penelitian.....	17
1.5 Sistematika Penulisan.....	17
BAB II TELAAH PUSTAKA	19
2.1 Landasan Teori.....	19
2.1.1 <i>Theory of Planned Behaviour</i> (TPB)	19
2.1.2 Loyalitas Konsumen	20
2.1.3 Kepuasan Konsumen.....	23
2.1.4 Kualitas Layanan.....	28
2.1.5 Citra Merek	34
2.2 Kerangka Pemikiran	41
2.3 Hipotesis.....	41
BAB III METODE PENELITIAN	43
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	43
3.1.1 Variabel Penelitian.....	43
3.1.2 Definisi Operasional.....	44

3.2 Populasi dan Sampel	46
3.2.1 Populasi.....	46
3.2.2 Sampel.....	47
3.3 Jenis dan Sumber Data	48
3.3.1 Data Primer	48
3.3.2 Data Sekunder	49
3.4 Metode Pengumpulan Data	49
3.5 Uji Kelayakan Kuesioner	50
3.5.1 Uji Semantik	50
3.5.1.1 Uji Indikator Variabel.....	50
3.5.1.2 Uji Indikator Hipotesis	55
3.5.2 Uji Statistik	66
3.5.2.1 Uji validitas	67
3.5.2.2 Uji reliabilitas	69
3.6 Metode Analisis.....	70
3.6.1 Analisis SEM	70
3.6.1.1 CFA (Confirmatory Factor Analysis).....	71
3.6.1.2 Analisis Full Model SEM.....	73
3.6.1.3 Evaluasi Kriteria Goodness of Fit	75
3.6.1.4 Evaluasi Asumsi SEM.....	78
3.6.2 Uji Efek Mediasi	79
3.6.3 Uji Hipotesis	80
3.6.3.1 Pendekatan Critical Ratio	81
3.6.3.2 Pendekatan Probability Value	81
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	82
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	82
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	82
4.1.2 Gambaran Umum Responden Penelitian	83
4.1.2.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	83
4.1.2.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	84
4.1.2.3 Profil Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	84
4.1.2.4 Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan.....	85

4.1.2.5 Profil Responden Berdasarkan Lama Penggunaan.....	86
4.2 Evaluasi Asumsi SEM.....	86
4.2.1 Uji Normalitas.....	87
4.2.2 Uji Outliners.....	88
4.2.3 Uji Multikolinearitas.....	89
4.2.4 Uji Index Hoelter.....	89
4.3 Uji Confirmatory Factor Analysis (CFA).....	90
4.3.1 Confirmatory Factory Analysis (CFA) Konstruk Eksogen.....	90
4.3.2 Confirmatory Factory Analysis (CFA) Konstruk Endogen.....	92
4.4 Analisis Full Model.....	95
4.5 Uji Reliabilitas dan Validitas Konstruk.....	100
4.5.1 Uji Reliabilitas Konstruk.....	100
4.5.2 Uji Validitas Konstruk.....	102
4.6 Uji Pengaruh Langsung, Tidak Langsung, dan Total.....	102
4.7 Uji Efek Mediasi.....	103
4.8 Uji Hipotesis.....	106
4.8.1 H1: Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen	107
4.8.2 H2: Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Konsumen.....	108
4.8.3 H3: Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen.....	108
4.8.4 H4: Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Konsumen.....	109
4.8.5 H5: Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen.....	110
4.8.6 H6: Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Citra Merek.....	110
BAB V PENUTUP.....	112
5.1 Kesimpulan.....	112
5.2 Implikasi Teoritis.....	113
5.3 Implikasi Manajerial.....	117
5.4 Keterbatasan Penelitian.....	120
5.5 Saran untuk Penelitian Mendatang.....	120
DAFTAR PUSTAKA.....	121
LAMPIRAN.....	129