

## DAFTAR ISI

COVER .....	i
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 ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Rumusan Masalah .....	10
1.3    Tujuan.....	12
1.3.1    Tujuan Penelitian .....	12
1.3.2    Kegunaan Penelitian.....	12
1.4    Sistematika Penulisan.....	12
BAB II.....	14
TELAAH PUSTAKA .....	14
2.1    Landasan Teori : Service - Dominant Logic .....	14
2.2    Variabel Penelitian .....	16
2.2.1    Kualitas Layanan ( <i>Service Quality</i> ) .....	16
2.2.2    Citra Perusahaan ( <i>Corporate Image</i> ) .....	20
2.2.3    Keterlibatan Produk ( <i>Product Involvement</i> ) .....	25

2.2.4	Niat Beli Ulang ( <i>Repurchase Intention</i> ) .....	27
2.3	Hubungan antar Variabel.....	29
2.3.1	Hubungan Service Quality dengan Corporate Image.....	29
2.3.2	Hubungan Corporate image dengan Product Involvement .....	30
2.3.3	Hubungan Corporate Image dengan Repurchase Intention .....	32
2.3.4	Hubungan Product Involvement dengan Repurchase Intention.....	33
2.4	Model Penelitian Empirik .....	34
BAB III .....		36
METODE PENELITIAN.....		36
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	36
3.1.1	Variabel Penelitian .....	36
3.1.2	Definisi Operasional Variabel.....	37
3.2	Populasi dan Sampel .....	38
3.2.1	Populasi.....	38
3.2.2	Sampel.....	39
3.3	Jenis dan Sumber Data .....	39
3.3.1	Jenis Data .....	39
3.3.2	Sumber Data.....	40
3.4	Metode Pengumpulan Data .....	40
3.4.1	Kuesioner .....	40
3.4.2	Studi Kepustakaan.....	41
3.5	Metode Analisis.....	41
3.5.1	Analisis Univariat.....	42
3.5.2	Analisis Multivariat.....	42
BAB IV .....		52
HASIL DAN ANALISIS .....		52
4.1	Deskripsi Objek Penelitian .....	52
4.1.1	Deskripsi Umum Objek Penelitian .....	52
4.1.2	Deskripsi Umum Responden.....	53
4.2	Analisis SEM.....	65
4.2.1	Uji Confirmatory Factor Analysis (CFA) .....	66

4.2.2	Uji Struktural.....	84
4.2.3	Pengujian Hipotesis.....	100
4.2.4	Analisis Direct Effect, Indirect Effect, dan Total Effect.....	102
4.3	Interpretasi Hasil .....	104
4.3.1	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Citra Perusahaan.....	104
4.3.2	Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Keterlibatan Produk .....	105
4.3.3	Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Niat Membeli Ulang.....	106
4.3.4	Pengaruh Keterlibatan Produk terhadap Niat Membeli Ulang .....	107
BAB V.....		108
PENUTUP.....		108
5.1	Ringkasan Penelitian .....	108
5.2	Kesimpulan atas Diterimanya Hipotesis .....	110
5.3	Kesimpulan Masalah Penelitian .....	112
5.4	Implikasi Teoritis .....	114
5.5	Implikasi Manajerial.....	115
5.6	Keterbatasan .....	116
5.7	Saran untuk Penelitian Mendatang.....	117
DAFTAR PUSTAKA .....		119