

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 ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	12
1.3.1. Tujuan Penelitian.....	12
1.3.2. Kegunaan Penelitian	13
1.4 Sistematika Penulisan	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Landasan Teori	15
2.1.1 TRA (<i>Theory of Reason Action</i>).....	15
2.2 Pengembangan Variabel Penelitian	16
2.2.1. Loyalitas Pelanggan.....	16
2.2.2. Kualitas Layanan	18
2.2.3. Kualitas Produk	20
2.2.4. Kepuasan Pelanggan.....	23
2.3 Hubungan Antar Variabel Penelitian.....	25
2.3.1 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	25
2.3.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan	26

2.3.3	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan	27
2.3.4	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan	28
2.3.5	Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	29
2.4	Penelitian Terdahulu	31
2.5	Kerangka Pemikiran Penelitian	38
2.6	Hipotesis Penelitian	39
BAB III METODE PENELITIAN		40
3.1.	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	40
3.1.1	Variabel Penelitian	40
3.1.2	Definisi Operasional Variabel	41
3.2.	Populasi dan Sampel	43
3.2.1.	Populasi	43
3.2.2.	Sampel	43
3.3.	Jenis Data dan Sumber Data	44
3.3.1.	Jenis Data	44
3.3.2.	Sumber Data	44
3.4.	Metode Pengumpulan Data	45
3.5.	Metode Analisis Data	47
BAB IV HASIL DAN ANALISIS		54
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	54
4.1.1	Gambaran Umum Mie Gacoan	54
4.1.2	Gambaran Umum Responden	54
4.2	Analisis Data	57
4.2.1	<i>Confirmatory Factor Analysis (CFA)</i> Pada Tiap Variabel	57
4.2.2	<i>Confirmatory Factor Analysis (CFA)</i> Pada Konstruk Eksogen	62
4.2.3	<i>Confirmatory Factor Analysis (CFA)</i> Pada Konstruk Endogen	64
4.2.4	Analisis <i>Full Model</i> Persamaan Struktural	66
4.2.5	Asumsi SEM	68
4.3	Pengujian Hipotesis Penelitian	78
4.3.1.	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Konsumen Mie Gacoan di Semarang	79

4.3.2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada Konsumen Mie Gacoan di Semarang.....	79
4.3.3. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Konsumen Mie Gacoan di Semarang.....	80
4.3.4. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan pada Konsumen Mie Gacoan di Semarang.....	80
4.3.5. Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Konsumen Mie Gacoan di Semarang.....	81
4.4 Interpretasi.....	81
4.4.1 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	81
4.4.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan.....	81
4.4.3 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	82
4.4.4 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan.....	82
4.4.5 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	82
4.5 Analisis Pengaruh Langsung, Tidak Langsung, dan Pengaruh Total.....	83
BAB V PENUTUP.....	84
5.1. Kesimpulan.....	84
5.2. Implikasi Teoritis.....	86
5.3. Implikasi Manajerial.....	87
5.4. Keterbatasan Penelitian.....	89
5.5. Saran Bagi Penelitian Mendatang.....	89
DAFTAR PUSTAKA.....	90
LAMPIRAN.....	94