

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.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan.....	9
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	9
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	9
1.4 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II.....	12
TELAAH PUSTAKA.....	12
2.1 Landasan Teori: <i>Service Dominant Logic</i> (S-D Logic).....	12
2.2. Variabel Penelitian.....	14
2.2.1 Kualitas Layanan Logistik (<i>Logistics Service Quality</i>).....	14
2.2.2 Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	16
2.2.3 Keterikatan Merek (<i>Brand Attachment</i>).....	18
2.2.4 Kepuasan Konsumen (<i>Customer Satisfaction</i>).....	19
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	22

2.3.1	Hubungan <i>Logistics Service Quality</i> terhadap <i>Brand Image</i> ..	22
2.3.2	Hubungan <i>Brand Image</i> terhadap <i>Brand Attachment</i>	23
2.3.3	Hubungan <i>Brand Image</i> terhadap <i>Customer satisfaction</i>	24
2.3.4	Hubungan <i>Brand Attachment</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	25
2.3.5	Hubungan <i>Logistics Service Quality</i> terhadap <i>Customer satisfaction</i> dengan <i>Brand Image</i> sebagai variabel mediasi	26
2.4	Model Penelitian Empirik	27
BAB III		29
MODEL PENELITIAN		29
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	29
3.1.1	Variabel Penelitian	29
3.1.2	Definisi Operasional Variabel.....	30
3.2	Populasi and Sampel	32
3.2.1	Populasi.....	32
3.2.2	Sampel.....	32
3.3	Jenis dan Sumber Data	32
3.3.1	Jenis Data	32
3.3.2	Sumber Data.....	33
3.4	Metode Pengumpulan Data	33
3.4.1	Kuisioner	33
3.4.2	Studi Kepustakaan	34
3.5	Uji Kelayakan Kuesioner	35
3.5.1	Uji Semantik	35
3.5.2	Uji Statistik	71
3.6	Metode Analisis	74
3.6.1	Analisis Univariat	75
3.6.2	Analisis Multivariat	75
3.6.3	Pengembangan Model Teoritis	76
BAB IV		83
HASIL DAN ANALISIS		83
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	83
4.1.1	Deskripsi Uum Objek Penelitian	83

4.1.2	Deskripsi Umum Responden	84
4.1.2.1	Penggolongan Responden Berdasarkan Profil Identitas	84
4.1.2.2	Penggolongan Responden Berdasarkan Informasi Penggunaan SiCepat Express	87
4.1.3	Analisis Indeks Jawaban Responden	89
4.1.3.1	Analisis Indeks Kualitas Layanan Logistik.....	90
4.1.3.2	Analisis Indeks Citra Merek.....	94
4.1.3.3	Analisis Indeks Keterikatan Merek	96
4.1.3.4	Analisis Indeks Kepuasan Konsumen	97
4.2	Analisis SEM	99
4.2.1	Uji Confirmatory Factor Analysis (CFA)	99
4.2.1.1	Uji CFA Variabel Eksogen	100
4.2.1.2	Uji CFA Konstruksi Variabel Endogen	109
4.2.2	Uji Struktural	118
4.2.2.1	Evaluasi Kriteria Goodness-of-Fit	120
4.2.2.2	Ukuran Sampel.....	120
4.2.2.3	Uji Normalitas Residual.....	121
4.2.2.4	Uji Outlier	122
4.2.2.5	Uji Multicollinearity dan Singularity	125
4.2.2.6	Uji Validitas Konvergen	129
4.2.2.7	Uji Reliabilitas	130
4.2.2.8	Uji Nilai Residual	131
4.2.3	Pengujian Hipotesis	133
4.2.4	Pengujian Hipotesis Mediasi.....	135
4.2.5	Analisis Direct Effect, Indirect Effect, dan Total Effect.....	139
4.3	Interpretasi Hasil	141
4.3.1	Pengaruh Kualitas Layanan Logistik terhadap Citra Merek .	141
4.3.2	Pengaruh Citra Merek terhadap Keterikatan Merek	142
4.3.3	Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen	143
4.3.4	Pengaruh Keterikatan Merek terhadap Kepuasan Konsumen	143
4.3.5	Pengaruh Citra Merek dalam Memediasi Hubungan antara Kualitas Layanan Logistik terhadap Kepuasan Konsumen	144
BAB V	146

PENUTUP.....	146
5.1 Ringkasan Penelitian.....	146
5.2 Kesimpulan atas Diterimanya Hipotesis	148
5.3 Kesimpulan Masalah Penelitian.....	150
5.4 Implikasi Teoritis	153
5.5 Implikasi Manajerial	154
5.6 Keterbatasan.....	156
5.7 Saran untuk Penelitian Mendatang	157
DAFTAR PUSTAKA	158