

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
Sertifikat	iii
<i>ABSTRACTS</i>	iv
ABSTRAKSI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	10
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	11
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN	
MODEL PENELITIAN	12
2.1 Kepercayaan Merek	12
2.2 Citra Perusahaan	13
2.3 Kepuasan Konsumen	16
2.4 Minat Beli Ulang	18

2.5	Model Penelitian Empiris	22
2.6	Dimensionalisasi Variabel	23
BAB III METODE PENELITIAN		27
3.1	Jenis dan Sumber Data	27
3.2	Populasi dan Sampel	28
3.3	Metode Pengumpulan Data	29
3.4	Teknik Analisis	31
3.5	Uji Reliabilitas dan <i>Variance Extract</i>	41
BAB IV ANALISIS DATA		44
4.1	Profil Responden Penelitian	44
4.2	Deskripsi Persepsi Responden	46
4.2.1	Citra Perusahaan	47
4.2.2	Kepuasan Konsumen	49
4.2.3	Kepercayaan Merek	51
4.2.4	Minat Beli Ulang	53
4.3	Analisis Inferensial	55
4.3.1	Analisi Faktor Konfirmatori	55
	1. Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Eksogen	56
	2. Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Endogen	60
	3. Evaluasi Reliabilitas dan Validitas Instrumen Penelitian	63
4.3.2	Analisis Persamaan Struktural (SEM)	68
4.3.3	Analisis Pengaruh	78

BAB V KESIMPULAN DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN	81
5.1 Ringkasan Penelitian	81
5.2 Kesimpulan dari Hipotesis Penelitian	83
5.2.1 Kesimpulan mengenai Hipotesis 1	83
5.2.2 Kesimpulan mengenai Hipotesis 2	84
5.2.3 Kesimpulan mengenai Hipotesis 3	85
5.2.4 Kesimpulan mengenai Hipotesis 4	86
5.3 Kesimpulan atas Masalah Penelitian	87
5.4 Implikasi Teoritis	88
5.5 Implikasi Manajerial	91
5.6 Keterbatasan Penelitian	95
5.7 Agenda Penelitian Mendatang	95
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN	