

## DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN .....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRACT .....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Kegunaan Penelitian.....	11
1.5 Sistematika Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	13
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 Perilaku Konsumen.....	13
2.1.2 Minat Pembelian Ulang .....	16
2.1.3 Kualitas Pelayanan.....	17
2.1.4 Promosi.....	18
2.1.5 Harga.....	20
2.1.6 Citra Merek .....	21
2.2 Penelitian Terdahulu .....	22
2.3 Pengaruh antar variabel dan pengembangan hipotesis .....	38
2.3.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Citra Merek .....	38
2.3.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Pembelian ulang.....	38
2.3.3 Pengaruh Promosi terhadap Citra Merek .....	39

2.3.4 Pengaruh Promosi terhadap Minat Pembelian Ulang .....	40
2.3.5 Pengaruh Harga terhadap Citra Merek. ....	40
2.3.6 Pengaruh Harga terhadap Minat Pembelian Ulang. ....	41
2.3.7 Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Pembelian Ulang.....	41
2.4 <i>Model Penelitian</i> .....	42
2.5 <i>Hipotesis Penelitian</i> .....	43
2.6 <i>Dimensional Variabel</i> .....	44
2.6.1 Dimensional Variabel : Minat Pembelian Ulang .....	44
2.6.2 Dimensional Variabel : Kualitas Pelayanan .....	45
2.6.3 Dimensional variabel : Promosi .....	46
2.6.4 Dimensional Variabel : Harga.....	47
2.6.5 Dimensional Variabel : Citra Merek .....	48
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>49</b>
3.1 <i>Variabel Penelitian dan Definisi Operasional</i> .....	49
3.1.1 Variabel Penelitian .....	49
3.1.2 Definisi Operasional .....	50
3.2 <i>Populasi dan Sampel</i> .....	54
3.2.1 Populasi .....	54
3.2.2 Sampel .....	54
3.2.3 Penentuan Penarikan Sampel .....	54
3.3 <i>Jenis dan Sumber Data</i> .....	55
3.4 <i>Metode Pengumpulan Data</i> .....	56
3.5 <i>Metode Analisis Data</i> .....	57
3.5.1 Pengujian Kualitas Data Penelitian .....	57
3.5.2 Uji Structural Equation Modeling (SEM).....	58
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>64</b>
4.1 <i>Deskripsi Objek Penelitian</i> .....	64
4.1.1 Gambaran Coffee Shop Dol Kopi .....	64
4.1.2 Gambaran Umum Responden.....	64
4.2 <i>Hasil Analisis Data</i> .....	66
4.2.1 Uji Kualitas Data.....	66
4.3 <i>Hasil Analisis Data SEM</i> .....	68
4.3.1 Pengembangan Model Teoritis.....	68
4.3.2 Pengembangan Diagram Jalur.....	69
4.3.3 Mengubah Diagram Jalur ke Dalam Persamaan .....	71

4.3.4	Confirmatory Factor Analysis .....	73
4.3.5	Evaluasi Kriteria Goodness-of-Fit .....	80
4.3.6	Interpretasi dan Modifikasi Model.....	90
4.3.7	Uji Hipotesis.....	91
4.3.8	Analisis Direct Effect, Indirect Effect dan Total Effect .....	93
4.4	<i>Pembahasan</i> .....	95
4.4.1	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap citra merek.....	95
4.4.2	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat pembelian ulang .....	95
4.4.3	Pengaruh promosi terhadap citra merek .....	95
4.4.4	Pengaruh promosi terhadap minat pembelian ulang.....	96
4.4.5	Pengaruh harga terhadap citra merek.....	96
4.4.6	Pengaruh harga terhadap minat pembelian ulang.....	96
4.4.7	Pengaruh citra merek terhadap minat pembelian ulang.....	97
<b>BAB V KESIMPULAN</b> .....		<b>98</b>
5.1	<i>Kesimpulan Hipotesis</i> .....	98
5.2	<i>Kesimpulan Masalah Penelitian</i> .....	99
5.3	<i>Implikasi Teoritis</i> .....	100
5.4	<i>Keterbatasan Penelitian</i> .....	111
5.5	<i>Agenda Penelitian Mendatang</i> .....	112
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....		<b>113</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....		<b>116</b>