

DAFTAR ISI

JUDUL	i
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	17
1.3. Tujuan Penelitian.....	18
1.4. Kegunaan Penelitian	19
1.5. Sistematika Penulisan.....	19
BAB II TELAAH PUSTAKA	22
2.1. Landasan Teori	22
2.1.1. Perilaku Konsumen	22
2.1.2. Loyalitas Merek	22

2.1.3.	Kepercayaan Merek	24
2.1.4.	Pengalaman Merek.....	25
2.1.5.	Keamanan Dompot Digital.....	26
2.1.6.	Kepuasan Pelanggan	27
2.2.	Penelitian Terdahulu.....	30
2.3.	Hubungan Antar Variabel	37
2.3.1.	Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan Merek	37
2.3.2.	Keamanan Dompot Digital dan Kepercayaan Merek.....	38
2.3.3.	Pengalaman Merek dan Kepercayaan Merek.....	39
2.3.4.	Kepercayaan Merek dan Loyalitas Merek	40
2.4.	Kerangka Berpikir	42
BAB III METODE PENELITIAN		43
3.1.	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	43
3.1.1.	Variabel Penelitian	43
3.1.2.	Definisi Operasional Variabel.....	45
3.2.	Populasi, Sampel, Teknik Penentuan Ukuran Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	48
3.2.1.	Populasi	48
3.2.2.	Sampel.....	49
3.2.3.	Penentuan Jumlah Sampel.....	50
3.3.	Jenis dan Sumber Data	50
3.3.1.	Data Primer	51
3.3.2.	Data Sekunder	51
3.4.	Metode Pengumpulan Data	52
3.5.	Metode Analisis Data	52

BAB IV HASIL DAN ANALISIS	60
4.1. Deskripsi Objek Penelitian	60
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	60
4.1.2. Gambaran Umum Responden	61
4.2. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	65
4.3. Analisis SEM.....	70
4.3.1. Uji Confirmatory Factor Analysis (CFA)	70
4.3.2. Analisis Full Model SEM	82
4.3.3. Asumsi SEM	84
4.3.4. Interpretasi Hasil	102
BAB V PENUTUP.....	109
5.1. Kesimpulan.....	109
5.2. Implikasi Teoritis	111
5.3. Implikasi Manajerial.....	113
5.4. Keterbatasan Penelitian	120
5.5. Saran Untuk Penelitian Mendatang	121
DAFTAR PUSTAKA	123
LAMPIRAN.....	130