

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	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	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	12
1.3. Tujuan Penelitian.....	13
1.4. Manfaat penelitian	13
1.5. Sistematika Penulisan.....	14
BAB II TELAAH PUSTAKA	16
2.1. Pengertian Brand Loyalty.....	16
2.1.1. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Loyalty	17
2.1.2. Indikator Loyalitas Brand	17
2.2. Pengertian Kualitas Produk	18
2.2.1. Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas produk.....	19
2.2.2. Indikator kualitas produk	21
2.3. Pengertian Promosi.....	22
2.4. Pengertian Brand Image	24
2.5. Hubungan antar variabel	26
2.5.1. Hubungan antara Promosi terhadap brand loyalty	27

2.5.2.	Hubungan antara Kualitas Produk terhadap brand image.....	28
2.5.3.	Hubungan antara Promosi terhadap brand image	29
2.5.4.	Hubungan antara brand image terhadap brand loyalty	30
2.6.	Penelitian terdahulu	31
2.7.	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	33
2.8.	Hipotesis.....	34
BAB III METODE PENELITIAN.....		35
3.1.	Variabel Penelitian	35
3.1.1.	Variabel Bebas	35
3.1.2.	Variabel intervening.....	35
3.1.3.	Variabel dependent.....	36
3.2.	Definisi Operasional.....	36
3.2.1.	Brand Loyalty (Y).....	36
3.2.2.	Kualitas Produk (X1)	37
3.2.3.	Promosi (X2).....	39
3.2.4.	Brand Image (Z).....	40
3.3.	Populasi dan Sampel	41
3.3.1.	Populasi.....	41
3.3.2.	Sampel.....	41
3.4.	Jenis dan Sumber data	42
3.4.1.	Jenis Data	43
3.4.2.	Sumber Data.....	43
3.5.	Metode Pengumpulan Data	43
3.6.	Tahapan Analisis Data.....	45
3.6.1.	Analisis kuantitatif	45
3.6.2.	Analisis Angka Indeks	46
3.7.	Metode Analisis.....	46
3.7.1.	Model Spesifikasi dengan PLS	48
3.7.2.	Evaluasi Model.....	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		52
4.1.	Deskripsi Umum King's Coffee Brebes.....	52

4.1.1.	Sejarah singkat King's coffee shop.....	53
4.1.2.	Visi dan misi	53
4.1.3.	Struktur organisasi	54
4.2.	Gambaran Umum Responden.....	54
4.2.1.	Umur Responden.....	56
4.2.2.	Jenis Kelamin	56
4.2.3.	Pendidikan Terakhir	57
4.2.4.	Pekerjaan	57
4.3.	Analisis angka indeks	58
4.3.1.	Analisis Angka Indeks Variabel Kualitas Produk.....	59
4.3.2.	analisis angka indeks variabel promosi.....	61
4.3.3.	Analisis Angka Indeks Variabel Brand Image.....	62
4.3.4.	Analisis Angka Indeks Variabel Brand Loyalty	63
4.4.	Analisis Data	64
4.4.1.	Analisis Outer Model	64
4.4.2.	Analisis Inner Model.....	68
4.4.3.	Uji Hipotesis	72
4.4.4.	Uji Intervening atau Mediasi.....	74
4.5.	Interpretasi Hasil	77
4.5.1.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Brand Loyalty	77
4.5.2.	Pengaruh Promosi Terhadap Brand Loyalty	78
4.5.3.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Brand Image	79
4.5.4.	Pengaruh Promosi Terhadap Brand Image	79
4.5.5.	Pengaruh Brand Image Terhadap Brand Loyalty.....	80
BAB V PENUTUP.....		82
5.1.	Kesimpulan.....	82
5.2.	Keterbatasan Penelitian	83
5.3.	Saran	84
5.3.1.	Implikasi Manajerial	84
5.3.2.	Saran penelitian yang akan datang.....	85
DAFTAR PUSTAKA		87

LAMPIRAN.....	91
---------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	<i>Research Gap</i>	6
Tabel 1.2	Penjualan King's Coffe dari tahun 2019-2021	10
Tabel 2.1	Peneliti Terdahulu	31
Tabel 3.1	Contoh kuesioner.....	44
Tabel 4.1	Penyebaran Kuesioner Responden	54
Tabel 4.2	Umur Responden.....	56
Tabel 4.3	Jenis Kelamin	56
Tabel 4.4	Pendidikan Terakhir	57
Tabel 4.5	Pekerjaan	57
Tabel 4.6	Analisis Angka Indeks Kualitas Produk.....	60
Tabel 4.7	Analisis Angka Indeks Promosi	61
Tabel 4.8	Analisis Angka Indeks Brand Image.....	62
Tabel 4.9	Analisis Angka Indeks Brand Loyalty	63
Tabel 4.10	Tabel Outer Model	65
Tabel 4.11	Convergent Validity dan Composite Reliability	67
Tabel 4.12	Discriminant validity	67
Tabel 4.13	R-Square.....	70
Tabel 4.14	F-Square	71
Tabel 4.15	Path Coefficient.....	72
Tabel 4.16	Tabel Indirect Effect.....	75
Tabel 4.17	Perhitungan VAF.....	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka pemikiran teoritis.....	33
Gambar 3.1	Model Variabel Brand Loyalty	37
Gambar 3.2	Model Variabel Kualitas Produk	38
Gambar 3.3	Model Variabel Promosi.....	39
Gambar 3.4	Model Brand Image	40
Gambar 4.1	Struktur Organisasi King's Coffe Brebes Tahun 2021	54
Gambar 4.2	<i>Outer model Partial Least Square</i>	65
Gambar 4.3	<i>Inner Model Partial Least Square</i>	69

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A	KUESIONER PENELITIAN	91
LAMPIRAN B	TABULASI DATA	102
LAMPIRAN C	OUTPUT SMARTPLS 3.3.3	106