

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS KRIPSI.....	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.....	10
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	11
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	11
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	12
1.4 Sistemanika Penulisan.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	Error! Bookmark not defined.
2.1 Landasan Teoritis.....	14
2.1.1 Loyalitas Merek.....	14
2.1.2 Kepuasan Merek.....	18

2.1.3	Keterikatan Merek Konsumen.....	20
2.2	Penelitian Terdahulu	22
2.3	Hubungan Antar Variabel	25
2.3.1	Hubungan Keterikatan Merek Konsumen dan Loyalitas Merek.....	25
2.3.2	Hubungan Kepuasan dan Loyalitas Merek	26
2.3.3	Hubungan Keterikatan Merek Konsumen dan Kepuasan	26
2.4	Kerangka Penelitian.....	28
2.5	Hipotesis.....	28

BAB III METODE PENELITIAN.....Error! Bookmark not defined.

3.1 Variabel Penelitian dan Defenisi Operasional Penelitian **Error!**

Bookmark not defined.

3.1.1	Variabel penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.1.2	Definisi Operasional	31
3.2	Populasi dan Sampel	33
3.2.1	Populasi.....	33
3.2.2	Sampel.....	34
3.2.3	Teknik Pengukuran Sampel	34
3.2.4	Teknik Pengambilan Sampel.....	34
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	35
3.3.1	Sumber-Sumber Data Penelitian	35
3.4	Metode Pengumpulan Data	36
3.5	Metode Analisis Data.....	37
3.5.1	Analisis Multivariat	38

BAB IV HASIL DAN ANALISISError! Bookmark not defined.

4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	47
4.2	Gambaran Umum Responden	Error! Bookmark not defined.
4.2.1	Identitas Responden.....	Error! Bookmark not defined.
4.3	Gambaran Variabel Penelitian.....	51
4.4	Analisis Data	51
4.4.1	Uji <i>Confirmatory Factor Analysis</i>	51
4.4.2	Analisis Full Model	57

4.5	Asumsi SEM.....	60
4.5.1	Evaluasi Normalitas Data.....	60
4.5.2	Evaluasi Multikolinieritas dan Singurarisitas	68
4.5.3	Evaluasi Nilai Residual.....	69
4.5.4	Evalusi Reliabilitas dan Validitas.....	71
4.6	Uji Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak Langsung dan Pengaruh Total	73
4.7	Pembahasan dan Uji Hipotesis	74
4.7.1	Uji Hipotesis.....	74
4.8	Pembahasan.....	76
4.8.1	Pengaruh Keterikatan Merek Konsumen terhadap Loyalitas Merek secara Langsung	76
4.8.2	Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Merek Secara Langsung Lebih Besar daripada Keterikatan Merek Konsumen.....	76
4.8.3	Pengaruh Keterikatan merek konsumen terhadap Loyalitas Merek secara Tidak Langsung.....	77
BAB V PENUTUP		79
5.1	Kesimpulan.....	79
5.2	Implikasi Teoritis.....	80
5.3	Implikasi Manajerial	82
5.4	Keterbatasan Penelitian.....	83
5.5	Saran untuk Penelitian Medatang	84
DAFTAR PUSTAKA.....		85
LAMPIRAN A		89
LAMPIRAN B.....		94
LAMPIRAN C		102