

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Kegunaan Penelitian.....	13
1.5 Sistematika Penulisan	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Landasan Teori.....	15
2.1.1 Perilaku Konsumen.....	15
2.1.2 Loyalitas pelanggan.....	20
2.1.3 Kepuasan Pelanggan.....	22
2.1.4 Nilai Pelanggan.....	26
2.1.5 Kualitas Layanan.....	28
2.1.6 Promosi.....	31
2.2 Hubungan Antar Variabel	33
2.2.1 Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	33
2.2.2 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan....	34
2.2.3 Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	35

2.2.4 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	36
2.3 Penelitian Terdahulu	38
2.4 Model Penelitian	42
BAB III METODE PENELITIAN.....	43
3.1 Variabel Penelitian dan Definsi Operasional	43
3.1.1 Variabel Penelitian.....	43
3.1.2 Definisi Operasional Variabel.....	44
3.2 Populasi dan Sampel	47
3.2.1 Populasi.....	47
3.2.2 Sampel.....	47
3.3 Jenis dan Sumber Data	48
3.3.1 Data Primer.....	48
3.3.2 Data Sekunder.....	48
3.4 Metode Pengumpulan Data	49
3.4.1 Studi Pustaka.....	49
3.4.2 Kuesioner.....	49
3.5 Metode Analisis Data.....	50
BAB IV HASIL ANALISIS	58
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	58
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	58
4.1.2 Gambaran Umum Responden.....	58
4.2 Analisis Multivariat.....	61
4.2.1 Pengembangan Model Teoretis.....	61
4.2.2 Pengembangan Diagram Jalur.....	62
4.2.3 Pengembangan Model Menjadi Persamaan.....	63
4.2.4 Confirmactory Factor Analysis.....	64
4.3 Analisis Full Model SEM	69
4.4 Evaluasi Kriteria Goodness Of Fit	71
4.4.1 Ukuran Sampel.....	71
4.4.2 Normalitas.....	71
4.4.3 Evaluasi Outlier.....	72

4.4.4 Evaluasi Multicollinearity dan Singularity.....	73
4.4.5 Uji Validitas.....	75
4.4.6 Evaluasi Atas Nilai Residual.....	77
4.4.7 Uji Realibility dan Variance Extracted.....	77
4.4.8 Uji Hipotesis Penelitian.....	79
4.4.9 Analisis Total Effects, Direct Effect dan Indirect Effect.....	80
4.5 Pembahasan.....	83
4.5.1 Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	83
4.5.2 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan....	83
4.5.3 Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	84
4.5.4 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	84
BAB V PENUTUP.....	85
5.1 Kesimpulan	85
5.2 Implikasi Teoritis	86
5.3 Implikasi Manajerial	87
5.4 Keterbatasan Penelitian.....	88
5.5 Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN A LEMBAR KUESIONER.....	96
LAMPIRAN B TABULASI DATA	104
LAMPIRAN C CONFIRMATORY FACTOR ANALYSIS.....	109
LAMPIRAN D ANALISIS SEM FULL MODEL	113

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Toko Emas Barokah Baru Lima Tahun Terakhir --	5
Tabel 1.2 Daftar Toko Emas di Kecamatan Simo-----	6
Tabel 1.3 <i>Research Gap</i> -----	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu -----	38
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel dan Indikator -----	44
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin -----	59
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia -----	59
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan-----	60
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Pendapatan Bulanan-----	60
Tabel 4.5 Persamaan Measurement Model-----	63
Tabel 4.6 <i>Goodness Of Fit</i> Variabel Eksogen -----	65
Tabel 4.7 <i>Regression Weights Confirmatory Factor Analysis</i> Eksogen -----	65
Tabel 4.8 <i>Goodness Of Fit</i> Variabel Endogen -----	67
Tabel 4.9 <i>Regression Weight Confirmatory Factor Analysis</i> Endogen -----	67
Tabel 4.10 <i>Goodness Of Fit Full Model SEM</i> -----	69
Tabel 4.11 <i>Regression Weights</i> Full Model SEM -----	70
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas Data -----	71
Tabel 4.13 Tabel Mahalonobis Distance -----	72
Tabel 4.14 Standardized Regression Weights -----	76
Tabel 4.15 Construct Reliability dan Variance Extracted-----	78
Tabel 4.16 Hasil Pengujian Hipotesis-----	79
Tabel 4.17 <i>Total Effect</i> -----	81
Tabel 4.18 Direct Effect-----	82
Tabel 4.19 Indirect Effect-----	82
Tabel 5.1 Implikasi Teoritis -----	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Harga Emas Lima Tahun Terakhir -----	3
Gambar 2.1 Komponen Pembentuk Nilai Pelanggan-----	27
Gambar 4.1 Diagram Jalur-----	62
Gambar 4.2 Diagram Jalur Konstruk Eksogen -----	64
Gambar 4.3 Diagram Jalur Konstruk Endogen -----	66
Gambar 4.4 Full Model SEM -----	69
Gambar 4.5 <i>Sample Covariance</i> -----	74
Gambar 4.6 <i>Sample Correlation</i> -----	75
Gambar 4.7 <i>Standardized Residual Covariances</i> -----	77

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A LEMBAR KUESIONER.....	96
LAMPIRAN B TABULASI DATA	104
LAMPIRAN C CONFIRMATORY FACTOR ANALYSIS.....	109
LAMPIRAN D ANALISIS SEM FULL MODEL	113