

## DAFTAR ISI

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 TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	9
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	9
1.3.2 Manfaat Penelitian .....	10
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	12
2.1 Landasan Teori .....	12
2.1.1 Teori Perilaku Konsumen .....	12
2.1.2 Loyalitas Merek .....	13
2.1.3 Persepsi Harga .....	15
2.1.4 Citra Merek .....	17
2.1.5 Kualitas Layanan .....	18
2.1.6 Kepuasan Pelanggan.....	20
2.2 Hubungan Antar Variabel dan Penelitian Terdahulu .....	21
2.2.1 Hubungan Antar Variabel.....	21
2.2.2 Penelitian Terdahulu .....	31
2.3 Kerangka Pemikiran .....	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	35
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel .....	35

3.1.1 Variabel Penelitian .....	35
3.1.2 Definisi Operasional Variabel .....	36
3.2 Populasi dan Sampel .....	38
3.2.1 Populasi.....	38
3.2.1 Sampel .....	38
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	40
3.3.1 Data Primer .....	40
3.3.2 Data Sekunder.....	40
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	41
3.4.1 Studi Pustaka.....	41
3.4.2 Kuesioner .....	41
3.5 Metode Analisis Data .....	42
3.5.1 Uji Validitas dan Uji Realibilitas .....	42
3.5.2 Uji Hipotesis .....	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	48
4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	48
4.1.1 Gambaran Umum PT. K-24 Indonesia .....	49
4.1.2 Gambaran Umum Responden.....	50
4.2 Hasil Uji Instrumen .....	52
4.2.1 Uji Validitas .....	52
4.2.2 Uji Reliabilitas .....	54
4.3 Hasil Analisis.....	55
4.3.1. Analisis Jawaban Variabel Persepsi .....	56
4.3.2 Analisis Jawaban Variabel Citra Merek (X2) .....	58
4.3.3 Analisis Jawaban Variabel Kualitas Layanan(X3).....	59
4.3.4 Analisis Jawaban Variabel Kepuasan Pelanggan (Y1) .....	60
4.3.5 Analisis Jawaban Variabel Loyalitas Merek(Y2) .....	61
4.4 Hasil Analisis SEM .....	62
4.4.1 <i>Confirmatory Factor Analysis (CFA)</i> .....	62
4.4.2 Analisis Full Model SEM .....	82
4.4.3 Uji Hipotesis .....	91
4.4.4 Analisis <i>Direct Effect, Indirect Effect</i> dan <i>Total Effect</i> .....	95

4.5 Interpretasi Hasil .....	98
4.5.1 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan .....	98
4.5.2 Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan.....	98
4.5.3 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan .....	99
4.5.4 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Merek.....	100
4.5.5 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Loyalitas Merek .....	100
4.5.6 Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Merek.....	101
4.5.7 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Merek .....	101
BAB V PENUTUP.....	103
5.1 Simpulan.....	103
5.1.1 Kesimpulan Atas Diterimanya Hipotesis.....	103
5.1.2 Kesimpulan Masalah Penelitian.....	104
5.2 Implikasi Teoritis.....	106
5.3 Implikasi Manajerial.....	107
5.4 Keterbatasan .....	108
5.5 Saran Untuk Penelitian yang Akan Datang .....	109
DAFTAR PUSTAKA .....	111
DAFTAR LAMPIRAN .....	121