

DAFTAR ISI

JUDUL HALAMAN.....	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.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian	13
1.3.1 Tujuan Penelitian	13
1.3.2 Kegunaan Penelitian	14
1.4 Sistematika Penulisan.....	15
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	17
2.1 Landasan Teori	17

2.1.1 <i>Theory of Planned Behavior</i>	17
2.1.2 Kualitas Layanan	20
2.1.3 Kualitas Produk	23
2.1.4 Suasana Toko.....	26
2.1.5 Kepuasan Pelanggan	29
2.1.6 Loyalitas Pelanggan.....	33
2.2 Penelitian Terdahulu.....	37
2.3 Pengaruh Antar Variabel	46
2.3.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan	46
2.3.2 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan	46
2.3.3 Pengaruh Suasana Toko terhadap Kepuasan Pelanggan.....	47
2.3.4 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	47
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis	48
2.5 Hipotesis	48
BAB III. METODE PENELITIAN	50
3.1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	50
3.1.1 Variabel Penelitian	50
3.1.2 Definisi Operasional	51
3.2. Populasi dan Sampel	53
3.2.1 Populasi.....	53
3.2.2 Sampel.....	53

3.3.Jenis dan Sumber Data	54
3.3.1 Data Primer	54
3.3.2 Data Sekunder	54
3.4.Metode Pengumpulan Data	55
3.5.Uji Kelayakan Kuesioner	56
3.5.1 Uji Semantik	56
3.5.2 Uji Statistik	71
3.6.Metode Analisis Data	75
3.6.1 Tahapan Pemodelan Structural Equation Modeling (SEM)	76
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	79
4.1.Deskripsi Objek Penelitian	79
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	79
4.1.2 Gambaran Umum Responden	79
4.1.3 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	80
4.1.4 Responden Berdasarkan Usia	80
4.1.5 Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	81
4.1.6 Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan	82
4.2.Uji Asumsi <i>Structural Equation Model</i> (SEM).....	83
4.2.1 Uji Normalitas Data	83
4.2.2 Uji Outliers.....	85
4.2.3 Uji Multikolinearitas dan Singularity	86

4.2.4 Evaluasi Atas Nilai Residual	86
4.3. Reliability dan Variance Extract	87
4.4. Analisis Faktor Konfirmatori (<i>Confirmatory Factor Analysis</i>).....	89
4.4.1 Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Eksogen	90
4.4.2 Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Endogen	93
4.5. Evaluasi atas Kriteria <i>Goodness of Fit Model</i>	94
4.6. Pengujian Hipotesis	96
4.7. Pembahasan	103
4.7.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan	103
4.7.2 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan	104
4.7.3 Pengaruh Suasana Toko terhadap Kepuasan Pelanggan.....	105
4.7.4 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	106
BAB V. KESIMPULAN	108
5.1. Kesimpulan.....	108
5.2. Implikasi Teoritis	110
5.3. Implikasi Manajerial.....	113
5.4. Keterbatasan Penelitian	118
5.5. Saran untuk Penelitian Mendatang.....	118
DAFTAR PUSTAKA	119
LAMPIRAN	125
LAMPIRAN A PROFIL RESPONDEN.....	125

LAMPIRAN B VARIABEL PENELITIAN.....	130
LAMPIRAN C UJI VALIDITAS	138
LAMPIRAN D HASIL OLAH DATA.....	145