

## DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iii
MOTO DAN PERSEMBAHAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
ABSTRAK .....	ix
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 .....	14
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	15
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	15
1.3.2 Kegunaan Penelitian .....	16
1.4 Sistematika Penulisan.....	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	18
2.1 Landasan Teori .....	18
2.1.1 Theory Of General Buying Behavior.....	18
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	19
2.1.3 Persepsi Harga .....	24
2.1.4 Citra Merek .....	26
2.1.5 Kualitas Pelayanan.....	28
2.1.6 Kepuasan Pelanggan .....	31
2.1.7 Loyalitas Konsumen .....	33
2.2 Penelitian Terdahulu.....	34
2.3 Hubungan Antar Variabel .....	38
2.3.1 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen .....	38

2.3.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	40
2.3.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	41
2.3.4 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Konsumen.....	43
2.3.5 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Konsumen.....	45
2.3.6 Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen.....	46
2.3.7 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen .....	48
2.4 Kerangka Pemikiran .....	50
2.5 Hipotesis Penelitian .....	50
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>49</b>
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	49
3.1.1 Variabel Penelitian.....	49
3.1.2 Definisi Operasional Variabel .....	50
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian .....	53
3.2.1 Populasi Penelitian.....	53
3.2.2 Sampel Penelitian .....	53
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	54
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	55
3.4.1 Kuesioner .....	55
3.4.2 Studi Kepustakaan .....	56
3.5 Metode Analisis Data .....	56
3.5.1 Pengujian Kualitas Data Penelitian.....	56
3.6 Uji Structural Equation Modeling (SEM) .....	58
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>64</b>
4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	64
4.1.1 Gambaran Umum Maxim .....	64
4.1.2 Gambaran Umum Responden.....	66
4.2 Hasil Analisis Data .....	72
4.2.1 Uji Kualitas Data .....	73
4.3 Uji Asumsi Structural Equation Model (SEM) .....	75
4.3.1 Analisis Konfirmatori Faktor ( <i>Confirmatory Factor Analysis</i> ).....	76
4.3.2 Uji Normalitas Data .....	85
4.3.3 Menilai Kriteria Goodness of Fit (Menguji Kelayakan Model) .....	87

4.3.4 Uji Construct Reliability dan Variance Extracted .....	90
4.3.5 Uji Outlier .....	92
4.3.6 Uji Multikolinieritas dan Singularity .....	98
4.3.7 Interpretasi dan Modifikasi Model .....	99
4.3.8 Uji Hipotesis .....	100
4.3.9 Analisis Direct Effects, Indirect Effects, dan Total Effects.....	104
4.4 Pembahasan .....	106
4.4.1 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	107
4.4.2 Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan.....	108
4.4.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan .....	109
4.4.4 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Konsumen.....	110
4.4.5 Pengaruh Persepsi harga terhadap Loyalitas Konsumen .....	111
4.4.6 Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Konsumen.....	113
4.4.7 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen.....	114
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>116</b>
5.1 Kesimpulan.....	116
5.1.1 Kesimpulan Atas Diterimanya Hipotesis .....	116
5.1.2 Kesimpulan Masalah Penelitian .....	117
5.2 Implikasi Teoritis .....	119
5.3 Implikasi Manajerial.....	120
5.4 Keterbatasan Penelitian .....	123
5.5 Saran Bagi Penelitian Mendatang .....	123
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>124</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>130</b>
Lampiran A Kuisisioner Penelitian.....	130
Lampiran B Tabulasi Data.....	139
Lampiran C Uji Reliabilitas Dan Validitas Sampel .....	143
Lampiran D Hasil Output Olah Data Amos .....	149
CFA EKSOGEN .....	149
CFA ENDOGEN .....	153
CFA FULL MODEL .....	156