

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SERTIFIKASI	ii
PENGESAHAN TESIS.....	iii
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Kegunaan Penelitian.....	10
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	11
1.6 Sistematika Penulisan	11
BAB II TELAAH PUSAKA	13
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 <i>The Commitment-Trust Theory of Relations</i>	13
2.1.2 <i>Relationship Communication</i>	14
2.1.3 Kualitas Komunikasi.....	16
2.1.4 Kepercayaan Pelanggan	18
2.1.5 <i>Brand Image</i>	19
2.1.6 Komitmen Pelanggan	21
2.2 Hubungan Antar Variabel dan Hipotesis.....	23
2.2.1 <i>Relationship Communication Terhadap Kepercayaan</i>	

Pelanggan	23
2.2.2 <i>Relationship Communication Terhadap Brand Image</i>	25
2.2.3 Kualitas Komunikasi Terhadap Kepercayaan Pelanggan.....	26
2.2.4 Kualitas Komunikasi Terhadap <i>Brand Image</i>	28
2.2.5 <i>Brand Image</i> terhadap Komitmen Pelanggan.....	29
2.2.6 Kepercayaan Pelanggan Terhadap Komitmen Pelanggan	31
2.2.7 Kualitas Komunikasi Terhadap Komitmen Pelanggan	32
2.3 Kerangka Penelitian	34
2.3.1 Definisi Operasional Variabel	35
2.3.2 <i>Relationship Communication</i>	37
2.3.3 Kualitas Komunikasi.....	38
2.3.4 Kepercayaan Pelanggan.....	39
2.3.5 <i>Brand Image</i>	39
2.3.6 Komitmen Pelanggan	40
BAB III METODE PENELITIAN	41
3.1 Jenis dan Sumber Data	41
3.2 Populasi dan Teknik Pengambilan sampel	42
3.3 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	42
3.3.1 Uji Validitas	42
3.3.2 Uji Reliabilitas	43
3.4 Metode Analisis	43
3.5 Pengujian Hipotesis.....	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	54
4.1 Deskripsi Umum Responden Penelitian.....	54
4.2 Deskripsi Umum Data Responden.....	54
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian.....	56
4.4 Uji Validitas dan Uji Realibilitas	60
4.4.1 Uji Validitas	60
4.4.2 Uji Reliabilitas	62

4.4.3	Uji Confirmatory Factor Analysis (CFA)	64
4.5	Analisis SEM.....	69
4.6	Pengujian Hipotesis.....	82
4.7	Analisis Pengaruh.....	86
4.7.1	Dirrect Effect	86
4.7.2	Indirect Effect	87
4.8	Pembahasan.....	88
4.8.1	Pengaruh <i>Relationship Communication</i> terhadap Kepercayaan Pelanggan	88
4.8.2	Pengaruh <i>Relationship Communication</i> terhadap <i>Brand Image</i>	89
4.8.3	Pengaruh Kualitas Komunikasi terhadap Kepercayaan Pelanggan	91
4.8.4	Pengaruh Kualitas Komunikasi terhadap <i>Brand Image</i>	92
4.8.5	Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Komitmen Pelanggan	93
4.8.6	Pengaruh Kepercayaan Pelanggan terhadap Komitmen Pelanggan	94
4.8.7	Pengaruh Kualitas Komunikasi terhadap Komitmen Pelanggan	96
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		98
5.1	Kesimpulan.....	98
5.2	Kesimpulan hasil Penelitian	99
DAFTAR PUSTAKA		108
LAMPIRAN.....		114