

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	10
1.3. Tujuan Penelitian	10
1.4. Kegunaan Penelitian	11
1.5. Sistematika Penulisan	12
BAB II TELAAH PUSTAKA	14
2.1. Theory of Planned Behavior (TPB).....	14
2.2. Loyalitas Konsumen	16
2.3. Kepuasan Konsumen	19
2.4. Kualitas Pelayanan	23
2.5. Citra Merek	31
2.6. Kerangka Pemikiran	38
2.7. Hipotesis	38
BAB III METODE PENELITIAN	39
3.1. Variabel Penelitian	39
3.2. Populasi dan Sampel.....	42
3.3. Jenis dan Sumber Data.....	43
3.4. Metode Pengumpulan Data.....	44
3.5. Uji Statistik	45
3.5.1. Uji Validitas	45
3.5.2. Uji Reliabilitas	47
3.6. Teknik Analisis	47
3.6.1. Analisis SEM	48
3.6.2. Evaluasi Asumsi SEM.....	48

3.6.3. CFA (<i>Confirmatory Factor Analysis</i>).....	49
3.6.4. Analisis <i>Full Model</i> SEM.....	52
3.6.5. Evaluasi Kriteria Goodness of Fit.....	54
3.6.6. Analisis Efek Langsung, Tidak Langsung dan Total.....	57
3.6.7. Uji Efek Mediasi.....	57
3.7. Uji Hipotesis.....	58
3.7.1. Pendekatan Critical Ratio.....	59
3.7.2. Pendekatan Probability Value.....	59
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	59
4.1. Deskripsi Objek Penelitian.....	59
4.1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	59
4.1.2. Gambaran Umum Responden Penelitian.....	60
4.2. Evaluasi Asumsi SEM.....	64
4.2.1. Uji Normalitas.....	64
4.2.2. Uji Outliers.....	65
4.2.3. Uji Multikolinearitas.....	66
4.2.4. Uji Indeks Hoelter.....	67
4.3. Uji <i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA).....	68
4.3.1. <i>Confirmatory Factory Analysis</i> (CFA) Konstruk Eksogen.....	68
4.3.2. <i>Confirmatory Factory Analysis</i> (CFA) Konstruk Endogen.....	70
4.4. Analisis Full Model.....	73
4.5. Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk.....	78
4.5.1. Uji Validitas Konstruk.....	78
4.5.2. Uji Reliabilitas Konstruk.....	79
4.6. Uji Pengaruh Langsung, Tidak Langsung, dan Total.....	80
4.7. Uji Mediasi.....	82
4.8. Uji Hipotesis.....	84
4.8.1. Uji Hipotesis 1.....	85
4.8.2. Uji Hipotesis 2.....	86
4.8.3. Uji Hipotesis 3.....	86
4.8.4. Uji Hipotesis 4.....	86
4.8.5. Uji Hipotesis 5.....	87
4.9. Interpretasi Hasil.....	87
4.9.1. H1: Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen ..	87
4.9.2. H2: Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen.....	88
4.9.3. H3: Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	88
4.9.4. H4: Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen.....	89
4.9.5. H5: Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen.....	90
BAB V PENUTUP.....	89
5.1. Kesimpulan Masalah Penelitian.....	89

5.2. Implikasi Teoritis	91
5.3. Implikasi Manajerial	95
5.4. Keterbatasan Penelitian.....	100
5.5. Saran Untuk Penelitian Mendatang	100
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN	108