

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	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.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	24
1.3 Tujuan Penelitian .....	28
1.4 Manfaat Penelitian .....	29
1.5 Sistematika Penulisan .....	30
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	32
2.1 Landasan Teori.....	32
2.1.1 <i>Model Stimulus, Organism, Respon (S-O-R)</i> .....	32
2.1.2 <i>Product Quality</i> .....	35
2.1.3 <i>Customer Experience</i> .....	40
2.1.4 <i>Brand Image</i> .....	45
2.1.5 <i>Costumer Loyalty</i> .....	51
2.1.6 <i>Costumer Satisfaction</i> .....	56
2.2 Penelitian Terdahulu .....	59
2.3 Pengaruh Hubungan Antar Variabel .....	68

2.3.1	Hubungan <i>Product Quality</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	68
2.3.2	Hubungan <i>Customer Experience</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	70
2.3.3	Hubungan <i>Brand Image</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	71
2.3.4	Hubungan <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	73
2.3.5	Hubungan <i>Product Quality</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	75
2.3.6	Hubungan <i>Customer Experience</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	76
2.3.7	Hubungan <i>Brand Image</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	78
2.3.8	Hubungan <i>Product Quality</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> Melalui <i>Customer Satisfaction</i> .....	80
2.3.9	Hubungan <i>Customer Experience</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> Melalui <i>Customer Satisfaction</i> .....	82
2.3.10	Hubungan <i>Brand Image</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> Melalui <i>Customer Satisfaction</i> .....	84
2.4	Kerangka Pemikiran.....	86
2.5	Hipotesis .....	87
BAB III METODE PENELITIAN.....		88
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	88
3.1.1	Variabel Penelitian .....	88
3.1.2	Definisi Operasional.....	89
3.2	Populasi dan Sampel .....	91
3.2.1	Populasi .....	91
3.2.2	Sampel.....	92
3.3	Jenis Penelitian dan Sumber Data.....	93
3.3.1	Jenis Penelitian.....	93
3.3.2	Sumber Data.....	94
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	94
3.4.1	Kuesioner .....	94
3.4.2	Studi Pustaka.....	96
3.5	Metode Analisis Data.....	96
3.5.1	Analisis Kuantitatif .....	96
3.5.2	Evaluasi Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	97

3.5.3	Evaluasi Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	98
3.5.4	Uji Hipotesis .....	100
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....		101
4.1	Deskripsi Objek Penelitian .....	101
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	101
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan Erigo .....	103
4.1.3	Gambaran Umum Responden .....	103
4.1.4	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	104
4.1.5	Responden Berdasarkan Usia .....	105
4.1.6	Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	105
4.1.7	Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan .....	106
4.1.8	Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian .....	107
4.2	Hasil Uji Instrumen .....	108
4.2.1	Evaluasi Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	109
4.3	Evaluasi Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	117
4.3.1	Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	117
4.3.2	Hasil Uji <i>Predictive Relevance</i> ( $Q^2$ ) .....	119
4.3.3	Hasil Uji <i>Goodness of Fit</i> (GoF) .....	120
4.4	Hasil Uji Bootstrapping .....	121
4.4.1	<i>Direct Effect</i> .....	121
4.4.2	<i>Indirect Effect</i> .....	124
4.5	Interpretasi Hasil .....	125
4.5.1	Pengaruh <i>Product Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	126
4.5.2	Pengaruh <i>Customer Experience</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	127
4.5.3	Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	128
4.5.4	Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	129
4.5.5	Pengaruh <i>Product Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	130
4.5.6	Pengaruh <i>Customer Experience</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	132
4.5.7	Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	133
4.5.8	Pengaruh <i>Product Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i> .....	134

4.5.9	Pengaruh <i>Customer Experience</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i> .....	136
4.5.10	Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i> .....	137
BAB V PENUTUP.....		140
5.1	Kesimpulan .....	140
5.2	Implikasi Teoritis .....	144
5.3	Implikasi Manajerial .....	148
5.4	Keterbatasan Penelitian.....	150
5.5	Saran Penelitian Mendatang .....	151
DAFTAR PUSTAKA .....		152
LAMPIRAN.....		160