

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|---|---------|
| PERSETUJUAN SKRIPSI | i |
| PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN..... | ii |
| PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI..... | iii |
| MOTTO DAN PERSEMBAHAN | iv |
| <i>ABSTRACT</i> | v |
| ABSTRAK | vi |
| KATA PENGANTAR..... | vii |
| DAFTAR ISI | x |
| DAFTAR TABEL..... | xiv |
| DAFTAR GAMBAR | xv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xvi |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 13 |
| 1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian..... | 15 |
| 1.3.1 Tujuan Penelitian | 15 |
| 1.3.2 Kegunaan Penelitian | 16 |
| 1.4 Sistematika Penulisan | 16 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 19 |
| 2.1 Landasan Teori..... | 19 |
| 2.1.1 Theory of Planned Behavior (TPB)..... | 19 |
| 2.2 Pengembangan Variabel Penelitian..... | 20 |
| 2.2.1 Citra Merek | 20 |
| 2.2.2 Kualitas Layanan | 21 |
| 2.2.3 Persepsi Harga | 23 |
| 2.2.4 Kepuasan Pelanggan | 25 |
| 2.2.5 Loyalitas Pelanggan | 26 |
| 2.3 Pengaruh Antar Variabel Penelitian | 28 |
| 2.3.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan..... | 28 |
| 2.3.2 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan | 29 |

| | | |
|---|---|-----------|
| 2.3.3 | Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan | 30 |
| 2.3.4 | Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan..... | 31 |
| 2.3.5 | Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan..... | 32 |
| 2.3.6 | Pengaruh Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan..... | 33 |
| 2.3.7 | Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan..... | 34 |
| 2.4 | Penelitian Terdahulu | 36 |
| 2.5 | Kerangka Pemikiran Penelitian | 44 |
| 2.6 | Hipotesis Penelitian | 45 |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | | 47 |
| 3.1 | Variabel Penelitian dan Definisi Operasional..... | 47 |
| 3.1.1 | Variabel Penelitian | 47 |
| 3.1.2 | Definisi Operasional Variabel..... | 48 |
| 3.2 | Populasi dan Sampel..... | 51 |
| 3.2.1 | Populasi..... | 51 |
| 3.2.2 | Sampel..... | 51 |
| 3.3 | Jenis Data dan Sumber Data..... | 52 |
| 3.3.1 | Jenis Data | 52 |
| 3.3.2 | Sumber Data..... | 52 |
| 3.3.2.1 | Data Primer | 52 |
| 3.3.2.2 | Data Sekunder..... | 53 |
| 3.4 | Metode Pengumpulan Data..... | 53 |
| 3.5 | Metode Analisis Data..... | 55 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN..... | | 65 |
| 4.1 | Gambaran Objek Penelitian..... | 65 |
| 4.1.1 | Gambaran Umum Mixue | 65 |
| 4.2 | Gambaran Umum Responden..... | 65 |
| 4.2.1 | Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 65 |
| 4.2.2 | Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia..... | 66 |
| 4.2.3 | Gambaran Umum Responden Berdasarkan Profesi..... | 67 |
| 4.2.4 | Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pendapatan Bulanan | 68 |
| 4.2.5 | Gambaran Umum Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan..... | 69 |
| 4.2.6 | Gambaran Umum Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian | 70 |

| | | |
|---------|---|----|
| 4.3 | Uji Kelayakan Data..... | 71 |
| 4.3.1 | Uji Validitas | 71 |
| 4.3.2 | Uji Reliabilitas | 72 |
| 4.4 | Analisis Data..... | 73 |
| 4.4.1 | Analisis Faktor Konfirmatori (CFA) Konstruk Tiap Variabel | 73 |
| 4.4.1.1 | Analisis Faktor Konfirmatori (CFA) Konstruk Citra Merek | 74 |
| 4.4.1.2 | Analisis Faktor Konfirmatori (CFA) Konstruk Kualitas Layanan..... | 75 |
| 4.4.1.3 | Analisis Faktor Konfirmatori (CFA) Konstruk Persepsi Harga..... | 76 |
| 4.4.1.4 | Analisis Faktor Konfirmatori (CFA) Konstruk Kepuasan Pelanggan | 77 |
| 4.4.1.5 | Analisis Faktor Konfirmatori (CFA) Konstruk Loyalitas Pelanggan | 78 |
| 4.4.2 | Analisis Faktor Konfirmatori (CFA) Konstruk Eksogen | 79 |
| 4.4.3 | Analisis Faktor Konfirmatori (CFA) Konstruk Endogen..... | 81 |
| 4.4.4 | Analisis Full Model SEM | 83 |
| 4.5 | Asumsi SEM..... | 85 |
| 4.5.1 | Evaluasi Normalitas | 85 |
| 4.5.2 | Evaluasi Outlier Data | 86 |
| 4.5.3 | Evaluasi Multikolinearitas dan Singularitas | 87 |
| 4.5.4 | Evaluasi Nilai Residual..... | 88 |
| 4.6 | Pengujian Hipotesis | 88 |
| 4.6.1 | Pengujian Hipotesis 1 | 89 |
| 4.6.2 | Pengujian Hipotesis 2 | 89 |
| 4.6.3 | Pengujian Hipotesis 3 | 90 |
| 4.6.4 | Pengujian Hipotesis 4 | 90 |
| 4.6.5 | Pengujian Hipotesis 5 | 90 |
| 4.6.6 | Pengujian Hipotesis 6 | 91 |
| 4.6.7 | Pengujian Hipotesis 7 | 91 |
| 4.7 | Pembahasan | 91 |
| 4.7.1 | Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan..... | 91 |
| 4.7.2 | Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan | 92 |
| 4.7.3 | Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan | 92 |
| 4.7.4 | Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan..... | 93 |
| 4.7.5 | Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan..... | 93 |

| | | |
|-----------------------|--|-----|
| 4.7.6 | Pengaruh Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan | 94 |
| 4.7.7 | Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan..... | 95 |
| 4.8 | Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak Langsung, dan Pengaruh Total | 95 |
| BAB V PENUTUP | | 97 |
| 5.1 | Kesimpulan | 97 |
| 5.1.1 | Kesimpulan Hipotesis | 97 |
| 5.1.2 | Kesimpulan Masalah Penelitian..... | 100 |
| 5.2 | Implikasi Teoritis | 100 |
| 5.3 | Implikasi Manajerial..... | 101 |
| 5.4 | Keterbatasan Penelitian | 104 |
| 5.5 | Saran Penelitian Mendatang | 105 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 107 |
| DAFTAR LAMPIRAN | | 109 |

