

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	II
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	III
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	IV
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	V
ABSTRACT	VI
ABSTRAK	VII
KATA PENGANTAR	VIII
DAFTAR ISI	XI
DAFTAR TABEL	XIV
DAFTAR GAMBAR	XVI
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG	1
1.2 RUMUSAN MASALAH	9
1.3 TUJUAN PENELITIAN	11
1.4 MANFAAT PENELITIAN.....	11
1.5 SISTEMATIKA PENULISAN	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 LANDASAN TEORI	13
2.1.1 SERVQUAL.....	13
2.1.2 <i>Brand Trust</i>	15
2.1.3 <i>Service Quality</i>	17
2.1.4 <i>Customer Satisfaction</i>	20
2.1.5 <i>Repurchase Intention</i>	23
2.2 PENELITIAN TERDAHULU	25
2.3 HIPOTESIS.....	36
2.3.1 <i>Brand Trust dan Customer Satisfaction</i>	36
2.3.2 <i>Brand Trust dan Repurchase Intention</i>	37
2.3.3 <i>Service Quality dan Repurchase Intention</i>	37
2.3.4 <i>Service Quality dan Customer Satisfaction</i>	38
2.3.5 <i>Customer Satisfaction dan Repurchase Intention</i>	38

2.3.6	<i>Customer Satisfaction</i> dan <i>Brand Trust</i>	39
2.3.7	<i>Customer Satisfaction</i> dan <i>Service Quality</i>	39
2.4	KERANGKA PENELITIAN	40
BAB III METODE PENELITIAN		41
3.1	VARIABEL PENELITIAN DAN DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL	41
3.1.1	Variabel Penelitian	41
3.2	POPULASI DAN SAMPEL	46
3.2.1	Populasi.....	46
3.2.2	Sampel.....	47
3.3	JENIS DAN SUMBER DATA	48
3.3.1	Data Primer	48
3.3.2	Data Sekunder.....	48
3.4	METODE PENGUMPULAN DATA	48
3.5	METODE ANALISIS DATA.....	49
3.5.1	Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	50
3.5.2	Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	53
BAB IV HASIL DAN ANALISIS.....		56
4.1	DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	56
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	56
4.1.2	Gambaran Umum Responden.....	57
4.2	HASIL ANALISIS	60
4.2.1	Analisis Inferensial	60
4.2.2	Outer Model	61
4.2.3	<i>Inner Model</i>	77
4.3	INTERPRETASI HASIL	88
4.3.1	Pengaruh <i>Brand Trust</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	88
4.3.2	Pengaruh <i>Brand Trust</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	89
4.3.3	Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	90
4.3.4	Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	91
4.3.5	Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	91
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		93
5.1	KESIMPULAN	93
5.2	IMPLIKASI TEORITIS	96

5.3	IMPLIKASI MANAJERIAL	96
5.4	KETERBATASAN PENELITIAN	98
5.5	SARAN	99
DAFTAR PUSTAKA.....		101
LAMPIRAN.....		105
LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN		105
LAMPIRAN 2 TABULASI JAWABAN RESPONDEN		110
LAMPIRAN 3 HASIL ANALISIS PLS – SEM SMARTPLS		115

