

## DAFTAR ISI

<b>PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI</b> .....	<b>iv</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	10
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	12
1.4 Sistematika Penulisan .....	14
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA</b> .....	<b>16</b>
2.1 Landasan Teori.....	16
2.1.1 <i>Expectancy-Disconfirmation Theory</i> (EDT) .....	16
2.2 Variabel Penelitian .....	17
2.2.1 Kepuasan Pelanggan ( <i>Customer Satisfaction</i> ) .....	18
2.2.2 Kualitas Makanan ( <i>Food Quality</i> ) .....	21
2.2.3 Kewajaran Harga ( <i>Price Fairness</i> ) .....	23
2.2.4 Citra Merek ( <i>Brand Image</i> ).....	25
2.3 Hubungan Antar Variabel .....	28
2.3.1 Hubungan Kualitas Makanan dengan Kepuasan Pelanggan.....	29
2.3.2 Hubungan Kualitas Makanan dengan Citra Merek.....	30
2.3.3 Hubungan Citra Merek dengan Kepuasan Pelanggan.....	32
2.3.4 Hubungan Kewajaran Harga dengan Kepuasan pelanggan .....	33
2.3.5 Hubungan Kewajaran Harga dengan Citra Merek .....	35
2.4 Penelitian Terdahulu .....	36
2.5 Kerangka Pemikiran.....	40
2.6 Hipotesis.....	41
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>42</b>
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel .....	42
3.1.1 Variabel Penelitian .....	42
3.1.2 Definisi Operasional Variabel .....	43
3.2 Populasi dan Sampel .....	44
3.2.1 Populasi.....	45
3.2.2 Sampel.....	45

3.3 Jenis dan Sumber Data .....	47
3.3.1 Data Primer .....	47
3.3.2 Data Sekunder .....	47
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	48
3.4.1 Kuesioner .....	48
3.5 Metode Analisis .....	49
3.5.1 Uji Instrumen .....	50
3.5.1.1 Uji Validitas .....	50
3.5.1.2 Uji Reliabilitas .....	51
3.5.2 Analisis <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM).....	52
3.5.2.1 Evaluasi Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	53
3.5.2.2 Evaluasi Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	54
3.5.3 Uji Mediasi ( <i>Intervening</i> ).....	56
<b>BAB IV HASIL DAN ANALISIS .....</b>	<b>57</b>
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	57
4.2 Gambaran Umum Responden .....	57
4.3 Analisis Data .....	60
4.3.1 Uji Evaluasi Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	62
4.3.1.1 Uji Validitas Konvergen .....	62
4.3.1.2 Uji Validitas Diskriminan.....	64
4.3.1.3 Uji Reliabilitas .....	67
4.3.2 Uji Evaluasi Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	68
4.3.2.1 Uji Kolinieritas (VIF).....	68
4.3.2.2 Uji <i>R-Square</i> .....	69
4.3.2.3 Uji <i>F-Square</i> .....	69
4.3.2.4 Uji <i>Q-Square</i> .....	71
4.3.2.5 <i>Model Fit</i> .....	71
4.3.2.6 <i>Path Coefficient</i> .....	72
4.3.3 Uji Mediasi ( <i>Intervening</i> ).....	74
4.3.4 Pengaruh Total ( <i>Total Effects</i> ).....	75
4.4 Pembahasan.....	77
4.4.1 Pengaruh Kualitas Makanan terhadap Kepuasan Pelanggan .....	78
4.4.2 Pengaruh Kualitas Makanan terhadap Citra Merek .....	79
4.4.3 Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan .....	80
4.4.4 Pengaruh Kewajaran Harga terhadap Kepuasan Pelanggan .....	82
4.4.5 Pengaruh Kewajaran Harga terhadap Citra Merek .....	83
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>85</b>
5.1 Simpulan .....	85
5.2 Saran.....	87
5.2.1 Implikasi Teoritis.....	87
5.2.2 Implikasi Manajerial .....	88
5.2.3 Saran untuk Penelitian yang akan Datang.....	90
5.3 Keterbatasan.....	91
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>92</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>97</b>