

DAFTAR ISI

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	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	19
1.3 Tujuan Penelitian	20
1.4 Sistematika Penulisan	21
BAB II TELAAH PUSTAKA	23
2.1 Landasan Teori.....	23
2.1.1 <i>Customer-Based Brand Equity (CBBE) Model</i>	23
2.1.2 <i>Expectation–Confirmation Theory (ECT)</i>	28
2.2 Variabel Penelitian	31
2.2.1 Persepsi Kualitas	31
2.2.2 Citra Merek	34
2.2.3 Kepercayaan Merek	37
2.2.4 Kepuasan Pelanggan	41
2.2.5 Loyalitas Merek	44
2.3 Pengaruh Antarvariabel.....	48
2.3.1 Pengaruh Persepsi Kualitas terhadap Kepuasan Pelanggan	48
2.3.2 Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan	49
2.3.3 Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Kepuasan Pelanggan	51
2.3.4 Pengaruh Persepsi Kualitas terhadap Loyalitas Merek.....	52
2.3.5 Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Merek	54
2.3.6 Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Merek ...	56
2.3.7 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Merek ..	57
2.4 Penelitian Terdahulu	59
2.5 Kerangka Pemikiran Teoritis	72
BAB III METODE PENELITIAN.....	73
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	73
3.1.1 Variabel Penelitian	73
3.1.2 Definisi Operasional Variabel	75
3.2 Populasi dan Sampel	78
3.2.1 Populasi.....	79
3.2.2 Sampel.....	79
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	80

3.3.1	Data Primer	80
3.3.2	Data Sekunder	81
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	81
3.4.1	Kuesioner	81
3.4.2	Studi Kepustakaan.....	83
3.5	Metode Analisis Data.....	83
BAB IV	HASIL DAN ANALISIS	90
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	90
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	90
4.1.2	Gambaran Umum Responden	92
4.1.3	Persebaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	93
4.1.4	Persebaran Responden Berdasarkan Usia	94
4.1.5	Persebaran Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	96
4.1.6	Persebaran Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan.....	98
4.1.7	Persebaran Responden Berdasarkan Kecamatan Domisili ..	99
4.1.8	Persebaran Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	101
4.2	Analisis Data.....	102
4.2.1	Statistik Deskriptif Jawaban Responden.....	102
4.2.2	Analisis Model Pengukuran (<i>Measurement Model</i>)	131
4.3	Analisis Model Struktural (<i>Structural Model</i>)	146
4.3.1	Uji Normalitas Data	148
4.3.2	Uji Kelayakan Full Model (<i>Goodness of Fit</i>)	148
4.3.3	Hasil Estimasi Parameter Struktural	150
4.3.4	Analisis Pengaruh Tidak Langsung.....	153
4.4	Interpretasi Hasil.....	155
4.4.1	Pengaruh Persepsi Kualitas terhadap Kepuasan Pelanggan.....	155
4.4.2	Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan.....	157
4.4.3	Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Kepuasan Pelanggan	159
4.4.4	Pengaruh Persepsi Kualitas terhadap Loyalitas Merek.....	161
4.4.5	Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Merek.....	162
4.4.6	Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Merek .	164
4.4.7	Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Merek	166
BAB V	PENUTUP.....	169
5.1	Kesimpulan	169
5.2	Implikasi	172
5.2.1	Implikasi Teoritis	172
5.2.2	Implikasi Manajerial	176
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	184
5.4	Saran Penelitian Mendatang	185
DAFTAR PUSTAKA	187
LAMPIRAN	198