

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN 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 GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	9
1.3.1 Tujuan penelitian .....	9
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	10
1.4 Sistematika Penulisan .....	11
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA</b> .....	<b>13</b>
2.1 Landasan Teori .....	13
2.1.1 Loyalitas Konsumen.....	13
2.1.2 Kualitas Produk.....	18
2.1.3 Citra Merek.....	21
2.1.4 Hubungan Pelanggan .....	25
2.1.5 Kepuasan Konsumen.....	29
2.1.6 Kepercayaan.....	33
2.2 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	36
2.3 Penelitian Terdahulu.....	38
2.4 Dimensionalisasi Variabel.....	41

2.4.1 Dimensionalisasi Variabel Kualitas Produk.....	41
2.4.2 Dimensionalisasi Variabel Citra Merek.....	42
2.4.3 Dimensionalisasi Variabel Hubungan Pelanggan ( <i>Customer Relation</i> )....	43
2.4.4 Dimensionalisasi Variabel Kepuasan Konsumen .....	44
2.4.5 Dimensionalisasi Variabel Kepercayaan.....	45
2.4.6 Dimensionalisasi Variabel Loyalitas Konsumen.....	46
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>48</b>
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	48
3.1.1 Variabel Independen : Kualitas Produk .....	48
3.1.2 Variabel Independen : Citra Merek.....	48
3.1.3 Variabel Independen : Hubungan Pelanggan ( <i>Customer Relation</i> ).....	48
3.1.4 Variabel Intervening : Kepuasan Pelanggan .....	49
3.1.5 Variabel Intervening : Kepercayaan.....	49
3.1.6 Variabel Dependen : Loyalitas Konsumen.....	50
3.2 Jenis dan Sumber Data.....	50
3.2.1 Jenis Data.....	50
3.2.2 Sumber Data.....	51
3.2.2.1 Data Primer.....	51
3.2.2.2 Data Sekunder.....	51
3.3 Populasi dan Sampel.....	51
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	52
3.5 Teknik Analisis Data.....	53
3.6 Uji Reliability dan <i>Variance Extract</i> .....	61
<b>BAB IV HASIL DAN ANALISIS .....</b>	<b>63</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	64
4.2 Deskripsi Responden .....	64
4.2.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	65
4.2.2 Responden Berdasarkan Usia .....	65
4.2.3 Responden Berdasarkan Pendidikan .....	66
4.2.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	67
4.3 Hasil Analisis.....	68

4.3.1 Deskripsi Variabel Penelitian.....	68
4.3.1.1 Nilai Indeks Jawaban Responden Terhadap Kualitas Produk .....	69
4.3.1.2 Nilai Indeks Jawaban Responden Terhadap Citra Merek.....	70
4.3.1.3 Nilai Indeks Jawaban Responden Terhadap Hubungan Pelanggan.....	70
4.3.1.4 Nilai Indeks Jawaban Responden Terhadap Kepuasan Konsumen.....	71
4.3.1.5 Nilai Indeks Jawaban Responden Terhadap Kepercayaan.....	72
4.3.1.6 Nilai Indeks Jawaban Responden Terhadap Loyalitas Konsumen.....	73
4.3.2 Analisis SEM .....	74
4.3.2.1 Analisis Faktor Konfirmatori .....	74
4.3.3 Analisis Full Model SEM .....	88
4.3.3.1 Asumsi SEM.....	89
4.4 Pengujian Hipotesis .....	101
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>106</b>
5.1 Kesimpulan .....	106
5.2 Implikasi Manajerial .....	114
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	120
5.4 Saran Bagi Penelitian yang Akan Datang .....	121
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>122</b>
LAMPIRAN-LAMPIRAN .....	127