

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	i
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	ii
HALAMAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.5 Sistematika Penulisan	11
BAB II TELAAH PUSTAKA	13
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 Loyalitas Pelanggan	13
2.1.2 Citra Merek	19
2.1.3 Kualitas Produk.....	21
2.1.4 Kewajaran Harga.....	24
2.1.5 Kepuasan Pelanggan	25
2.2 Hubungan Antar Variabel.....	28
2.2.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	28
2.2.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan	28
2.2.3 Pengaruh Kewajaran Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	30
2.2.4 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	30
2.3 Penelitian Terdahulu	31

2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis	35
BAB III METODE PENELITIAN.....	37
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	37
3.1.1 Variabel Penelitian.....	37
3.1.2 Definisi Operasional Variabel.....	38
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian.....	39
3.2.1 Populasi Penelitian.....	39
3.2.2 Sampel Penelitian.....	40
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	41
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	42
3.5 Metode Analisis Data	43
3.5.1 Analisis Univariat	43
3.5.2 Analisis Multivariat	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	53
4.1 Gambaran Umum Responden.....	53
4.1.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
4.1.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	54
4.1.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	55
4.1.4 Profil Responden Berdasarkan Rata – Rata Pengeluaran Perbulan	56
4.1.5 Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Membeli Produk Oriflame.	57
4.2 Analisis Univariat	58
4.2.1 Analisis Faktor Eksploratori	58
4.2.2 Uji Validitas	64
4.2.3 Uji Reliabilitas	65
4.2.4 Uji Normalitas.....	66
4.3 Analisis Multivariat	67
4.3.1 Uji Asumsi SEM.....	67
4.3.1.1 Uji Normalitas Data.....	67
4.3.1.2 Uji Outliers	68
4.3.1.3 Uji Multikolinieritas	69
4.3.1.4 Uji Residual	70

4.3.1.5 Uji <i>Reability</i> dan <i>Variance Extract</i>	70
4.3.1.6 Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit</i> dan Asumsi SEM	72
4.3.2 Analisis Faktor Konfirmatori Eksogen dan Endogen	74
4.3.2.1 Konstruk Variabel Eksogen.....	74
4.3.2.2 Konstruk Variabel Endogen	77
4.3.3 Analisis <i>Full Model</i> SEM	80
4.3.3.1 Uji Hipotesis	80
4.3.3.2 Analisis <i>Direct, Indirect</i> dan <i>Total Effect</i>	83
4.4 Pembahasan	86
4.4.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	86
4.4.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan	87
4.4.3 Pengaruh Kewajaran Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	88
4.4.4 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	89
BAB V PENUTUP.....	90
5.1 Kesimpulan	90
5.1.1 Kesimpulan Hasil Pengujian Hipotesis.....	90
5.1.2 Kesimpulan Masalah Penelitian.....	90
5.2 Implikasi Teoritis	91
5.3 Implikasi Manajerial	92
5.4 Keterbatasan Penelitian	95
5.5 Saran Penelitian Mendatang	96
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN.....	101