

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR DIAGRAM	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	11
1.3.1 Tujuan penelitian.....	11
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	12
1.4 Sistematika Penulisan	12
BAB II TELAAH PUSTAKA	14
2.1 Landasan Teori	14
2.1.1 Minat Beli Ulang.....	14
2.1.2 Kepuasan Pelanggan	16
2.1.3 Kualitas Produk.....	19
2.1.4 Kualitas Pelayanan	24
2.1.5 Citra Merek	27
2.2 Pengaruh Antar Variabel	30
2.2.1 Pengaruh antara Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan...	30
2.2.2 Pengaruh antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan	31
2.2.3 Pengaruh antara Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan	32
2.2.4 Pengaruh antara Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang	33
2.2.5 Pengaruh antara Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang ...	35

2.2.6	Pengaruh antara Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang.....	35
2.2.7	Pengaruh antara Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Beli Ulang.	36
2.3	Penelitian Terdahulu.....	38
2.4	Kerangka Pemikiran Teori	54
2.5	Hipotesis	54
2.6	Dimensionalisasi Variabel.....	55
BAB III METODE PENELITIAN		60
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	60
3.1.1	Variabel Independen : Kualitas Produk	60
3.1.2	Variabel Independen : Kualitas Pelayanan	60
3.1.3	Variabel Independen : Citra Merek.....	61
3.1.4	Variabel Mediator : Kepuasan Pelanggan.....	61
3.1.5	Variabel Dependen : Minat Beli Ulang.....	62
3.2	Populasi dan Sampel	62
3.3	Jenis dan Sumber Data	63
3.4	Metode Pengumpulan Data	64
3.5	Metode Analisis.....	66
3.5.1	Analisis Kuantitatif	66
3.6	Uji Hipotesis.....	67
3.7	Uji Reliability dan Variance Extract	77
BAB IV HASIL DAN ANALISIS		79
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	79
4.2	Deskripsi Responden	80
4.2.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	81
4.2.2	Responden Berdasarkan Usia.....	81
4.2.3	Responden Berdasarkan Pendidikan	82
4.2.4	Responden Berdasarkan Pekerjaan	83
4.2.5	Responden Berdasarkan Pendapatan.....	84
4.3	Analisis Data	84
4.3.1	Analisis Indeks Jawaban	84
4.3.1.1	Nilai Indeks Jawaban Responden atas Kualitas Produk.....	86
4.3.1.2	Nilai Indeks Jawaban Responden atas Kualitas pelayanan	87

4.3.1.3	Nilai Indeks Jawaban Responden atas Citra Merek	89
4.3.1.4	Nilai Indeks Jawaban Responden atas Kepuasan Pelanggan	90
4.3.1.5	Nilai Indeks Jawaban Responden atas Minat Beli Ulang.....	92
4.3.2	Analisis SEM	94
4.3.2.1	Analisis Faktor Konfirmatori	94
4.3.3	Analisis Full Model SEM	112
4.3.3.1	Asumsi SEM.....	113
4.4	Pengujian Hipotesis	127
4.5	Pembahasan Hipotesis	132
BAB V	PENUTUP.....	142
5.1	Kesimpulan.....	142
5.2	Implikasi Manajerial.....	151
5.3	Keterbatasan Penelitian	159
5.4	Saran Bagi Penelitian yang Akan Datang	160
	DAFTAR PUSTAKA.....	162
	LAMPIRAN-LAMPIRAN	153