

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN LULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Research Gap.....	6
1.3 Rumusan Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	10
1.6 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Tinjauan Pustaka	12
2.1.1 Minat Loyalitas	12
2.1.2 Kualitas Produk	14
2.1.3 Kepuasan Konsumen.....	16
2.1.4 Kualitas Pelayanan	20
2.1.5 Harga Kompetitif.....	22
2.1.6 Reputasi Toko	24
2.1.7 Hubungan Kualitas Produk dengan Minat Loyalitas	26
2.1.8 Hubungan Kualitas Produk dengan Kepuasan Konsumen.....	26
2.1.9 Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Minat Loyalitas	27

2.1.10 Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen.....	28
2.1.11 Hubungan Harga Kompetitif dengan Kepuasan Konsumen	28
2.1.12 Hubungan Harga Kompetitif dengan Minat Loyalitas	30
2.1.13 Hubungan Reputasi Toko dengan Kepuasan Konsumen	30
2.1.14 Hubungan Reputasi Toko dengan Minat Loyalitas.....	31
2.1.15 Hubungan Kepuasan Konsumen dengan Minat Loyalitas	31
2.2 Pengembangan Model	33
2.3 Hipotesis	34
2.4 Definisi Operasional Variabel	34
2.5 Indikator Variabel.....	36
2.5.1 Indikator Variabel Kualitas Produk.....	36
2.5.2 Indikator Variabel Pelayanan	37
2.5.3 Indikator Variabel Harga Kompetitif	38
2.5.4 Indikator Variabel Reputasi Toko	39
2.5.5 Indikator Variabel Kepuasan Konsumen	40
2.5.6 Indikator Variabel Minat Loyalitas	41
BAB III METODE PENELITIAN	43
3.1 Jenis dan Sumber Data	43
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	44
3.3 Metode Pengumpulan Data	44
3.4 Teknik Analisis Data	45
3.5 Uji Reliabilitas dan <i>Variance Ectract</i>	54
3.5.1 Uji Reliabilitas.....	54
3.5.2 <i>Variance Ectract</i>	54
BAB IV HASIL DAN ANALISIS	56
4.1 Gambaran Umum Responden	56
4.2 Deskripsi Variabel Penelitian.....	59
4.2.1 Kualitas Produk	60
4.2.2 Kualitas Pelayanan	62
4.2.3 Harga Kompetitif.....	64
4.2.4 Reputasi Toko	66

4.2.5 Kepuasan Konsumen.....	69
4.2.6 Minat Loyalitas	70
4.3 Analisis Data dan Pengujian Model Penelitian.....	73
4.3.1 Pengembangan Model Berdasarkan Teori	73
4.3.2 Menyusun Diagram Alur (Path Diagram).....	73
4.3.3 Konversi Diagram Alur (Path Diagram) ke dalam Persamaan	73
4.3.4 Pemilihan Matrik Input dan Estimasi Model	74
4.3.4.1 Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Eksogen	74
4.4 Analisis <i>Structural Equation Model</i> (SEM).....	84
4.4.1 Asumsi <i>Structural Equation Model</i> (SEM).....	84
4.4.1 Pengujian Hipotesis.....	98
4.5 Proses Peningkatan Minat Loyalitas	110
BAB V PENUTUP.....	116
5.1 Kesimpulan	116
5.2 Implikasi Manajerial.....	119
5.3 Keterbatasan Penelitian	125
5.4 Agenda Penelitian Mendatang.....	125
DAFTAR PUSTAKA	127
LAMPIRAN-LAMPIRAN	