

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iv
ABSTRACT.....	v
ABSTRAK .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xviii
I. PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	12
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	13
1.4 Sistematika Penulisan .....	15
II. TINJAUAN PUSTAKA .....	16
2.1. Telaah Pustaka.....	16
2.1.1 Kualitas Layanan .....	16
2.1.2 Persepsi Harga .....	18
2.1.3 Kepuasan Pelanggan .....	19

2.1.4	Kualitas Produk.....	20
2.1.5	Loyalitas Merek .....	22
2.2.	Hubungan Antar Variabel .....	24
2.2.1	Hubungan Antara Kualitas Layanan Dengan Kepuasan Pelanggan	24
2.2.2	Hubungan Antara Persepsi Harga Dengan Kepuasan Pelanggan	25
2.2.3	Hubungan Antara Kepuasan Pelanggan Dengan Loyalitas Merek	26
2.2.4	Hubungan Antara Kualitas Produk Dengan Kepuasan Pelanggan	26
2.2.5	Hubungan Antara Kualitas Produk Dengan Loyalitas Merek .....	27
2.3.	Penelitian Terdahulu .....	28
2.4.	Kerangka Pemikiran Teoritis .....	33
2.5.	Hipotesis Penelitian .....	33
III.	METODE PENELITIAN.....	35
3.1.	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	35
3.1.1	Variabel Penelitian .....	35
3.1.2	Definisi Operasional .....	36
3.2.	Jenis dan Sumber Data .....	38
3.3.	Populasi dan Sampel .....	39
3.4.	Metode Pengumpulan Data.....	40
3.5.	Metode Analisis .....	40
3.6.	Uji Reliability dan Variance Extract .....	50
3.6.1	Uji Reliability .....	50
3.6.2	Variance Extract.....	50

3.6.3	Struktural Model Fit .....	51
3.6.4	Interpretasi dan Modifikasi Model .....	51
IV.	HASIL DAN PEMBAHASAN .....	52
4.1	Gambaran Umum Responden .....	52
4.1.1	Profil Responden Berdasarkan Usia .....	52
4.1.2	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	53
4.1.3	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	54
4.1.4	Profil Responden Berdasarkan Penghasilan .....	54
4.1.5	Profil Responden Berdasarkan Jenis iPhone yang Digunakan ...	55
4.1.6	Profil Responden Berdasarkan Lama Penggunaan .....	56
4.2	Proses dan Analisis Data .....	57
4.2.1	Pengembangan Model Berdasarkan Teori .....	57
4.2.2	Menyusun Diagram Alur .....	57
4.2.3	Mengubah Diagram Alur Ke Dalam Persamaan Pengukuran ....	57
4.2.4	Memilih Jenis Input Matrik dan Estimasi Model yang Diusulkan	
	58	
4.2.4.1	Cofirmatory Factor Analysis (CFA) Kostruk Eksogen ...	59
4.2.4.2	Cofirmatory Factor Analysis (CFA) Kostruk Endogen...	61
4.2.4.3	Structural Equation Model (SEM).....	63
4.2.5	Menilai Problem Identifikasi .....	64
4.2.6	Pengujian Evaluasi Asumsi Model Struktural .....	65
4.2.6.1	Ukuran Sampel .....	65
4.2.6.2	Normalitas Data.....	65

4.2.6.3 Evaluasi Outlier .....	66
4.2.6.4 Evaluasi Multikolonieritas.....	69
4.2.6.5 Uji Reliabilitas.....	69
4.2.6.6 Interpretasi dan Modifikasi Model .....	71
4.3 Pengujian Hipotesis.....	71
4.3.1 KL Berpengaruh Positif Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	72
4.3.2 PH Berpengaruh Positif Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	72
4.3.3 KP Berpengaruh Positif Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	72
4.3.4 KP Berpengaruh Positif Terhadap Loyalitas Merek .....	72
4.3.5 KP Berpengaruh Positif Terhadap Loyalitas Merek.....	73
4.4 Proses Peningkatan Loyalitas Merek .....	73
V. PENUTUP .....	78
5.1 Kesimpulan .....	78
5.2 Implikasi teoritis .....	79
5.3 Implikasi Kebijakan .....	79
5.4 Keterbatasan .....	80
5.5 Saran Untuk Penelitian Mendatang .....	80
DAFTAR PUSTAKA .....	82
LAMPIRAN .....	86