

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.....	11
1.3. Tujuan Penelitian dan kegunaan penelitian	12
1.3.1. Tujuan Penelitian	12
1.3.2. Kegunaan Penelitian	13
1.4. Sistematika Penulisan	13
BAB II TELAAH PUSTAKA	15
2.1. Landasan Teori	15
2.1.1. Kualitas Produk.....	15
2.1.2. Nilai Pelanggan.....	19
2.1.3. Sikap Terhadap Merek.....	20
2.1.4. Kepuasan Pelanggan	23
2.1.5. Minat <i>Word of mouth</i>	27
2.2. Hipotesis	31
2.2.1. Hubungan Antara Kualitas Produk dengan Kepuasan Pelanggan	31
2.2.2. Hubungan Antara Nilai Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan.....	32
2.2.3. Hubungan Antara Sikap Terhadap Merek dengan Kepuasan Pelanggan.....	33

2.2.4.	Hubungan Antara Kualitas Produk dengan Minat <i>Word of mouth</i>	33
2.2.5.	Hubungan Nilai Pelanggan dengan Minat <i>Word of mouth</i>	34
2.2.6.	Hubungan Antara Sikap Terhadap Merek dengan Minat <i>word of mouth</i>	35
2.2.7.	Hubungan Antara Kepuasan Pelanggan dengan Minat <i>Word of mouth</i>	36
2.3.	Penelitian Terdahulu	37
2.4.	kerangka pemikiran.....	41
2.5.	Definisi Operasional Variabel.....	42
2.6.	Indikator variabel	43
2.6.1.	Indikator variabel minat <i>Word of mouth</i>	43
2.6.2.	Indikator Kepuasan Pelanggan	44
2.6.3.	Indikator Sikap Terhadap Merek	44
2.6.4.	Indikator Nilai Pelanggan	45
2.6.5.	Indikator Kualitas Produk	46
2.7.	Hubungan Antar Indikator	47
2.8.	Kebijakan Perusahaan	48
BAB III	METODE PENELITIAN	51
3.1.	Variabel Penelitian.....	51
3.2.	Populasi Dan Sampel	52
3.3.	Sumber Data	54
3.4.	Metode Pengumpulan Data.....	54
3.5.	Tahapan Pelaksanaan Kegiatan Penelitian.....	55
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	69
4.1.	Deskripsi Objek Penelitian	69
4.2.	Gambaran Umum Responden	69
4.2.1.	Deskripsi Responden berdasarkan Umur	70
4.2.2.	Deskripsi Responden berdasarkan Jenis Kelamin	71
4.2.3.	Deskripsi Responden berdasarkan Pendidikan	71
4.2.4.	Deskripsi Responden berdasarkan Pekerjaan	72
4.3.	Hasil Analisis	72
4.3.1.	Deskripsi Variabel Penelitian	72

4.3.2. Analisis SEM	80
4.3.3. Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit</i>	87
4.4. Proses Meningkatkan Minat <i>Word of mouth</i> Berdasarkan Hasil Pengujian Hipotesis	101
BAB V PENUTUP	106
5.1. Ringkasan Penelitian.....	106
5.2. Kesimpulan	106
5.3. Implikasi Manajerial	109
5.4. Implikasi Teoritis	112
5.5. Keterbatasan.....	114
5.6. Saran untuk Penelitian Mendatang	115
DAFTAR PUSTAKA	116