

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	9
1.3.1. Tujuan Penelitian.....	9
1.3.2. Manfaat Penelitian.....	9
1.4. Sistematika Penulisan.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1. Landasan Teori	12

	2.1.1.Loyalitas Konsumen.....	12
	2.1.2.Sikap	18
	2.1.3.Preferensi Konsumen.....	22
	2.1.4.Persepsi Harga.....	27
	2.2. Model Penelitian dan Hipotesis	31
	2.3. Hipotesis	32
	2.4. Definisi Konseptual Variabel	32
BAB III	METODE PENELITIAN.....	34
	3.1. Variabel Penelitian.....	34
	3.2. Penentuan Populasi dan Sampel	34
	3.3. Jenis dan Sumber Data	36
	3.4. Metode Pengumpulan Data	37
	3.5. Tahap Pengolahan Data.....	38
	3.6. Definisi Operasional Variabel	38
	3.7. Analisis Data.....	40
	3.7.1.Analisis Statistik Deskriptif	40
	3.7.2.Pengujian Validitas Indikator	40
	3.7.3.Pengujian Reliabilitas	41
	3.7.4.Uji Asumsi Klasik	41
	3.7.5.Analisis Regresi Linier Berganda	43
	3.7.6.Uji Hipotesis	44
	3.7.7.Uji Sobel	46

BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	49
	4.1. Deskripsi Responden.....	49
	4.1.1.Deskripsi Responden Berdasarkan Umur dan Jenis Kelamin.....	49
	4.1.2.Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan.....	51
	4.1.3.Deskripsi Responden berdasarkan Pekerjaan	52
	4.1.4.Deskripsi Responden Berdasarkan Status Perkawinan .	53
	4.2. Hasil Penelitian	53
	4.2.1.Pengujian Instrumen.....	53
	4.2.2.Deskripsi Variabel Penelitian	56
	4.2.3.Uji Asumsi Klasik	62
	4.2.4.Analisis Regresi Linear Berganda.....	66
	4.2.5.Uji Model.....	67
	4.2.6.Pengujian Hipotesis	68
	4.2.7.Koefisien Determinasi	71
	4.2.8.Uji Variabel Intervening	72
	4.3. Pembahasan	76
BAB V	PENUTUP.....	80
	5.1. Kesimpulan.....	80
	5.2. Saran.....	82
	5.3. Keterbatasan Penelitian	84
	DAFTAR PUSTAKA	85
	LAMPIRAN	89