

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT.....	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan Penelitian.....	15
1.4 Manfaat Penelitian.....	15
1.5 Sistematika Penulisan.....	17
BAB II TELAAH PUSTAKA	19
2.1 Landasan Teori	19
2.1.1 Perilaku Konsumen	19
2.1.2 Loyalitas pelanggan	21
2.1.3 Kepuasan Pelanggan	26
2.1.3.1 Hubungan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan..	30
2.1.4 Kesadaran Merek	32
2.1.4.1 Hubungan Kesadaran Merek terhadap Loyalitas Pelanggan.....	35
2.1.4.2 Hubungan Kesadaran Merek terhadap Kepuasan Pelanggan.....	37
2.1.5 Persepsi Kualitas	39
2.1.5.1 Hubungan Persepsi Kualitas Terhadap Loyalitas Pelanggan	43
2.1.5.2 Hubungan Persepsi Kualitas Terhadap Kepuasan Pelanggan	45

2.2	Kerangka Pemikiran	47
2.3	Hipotesis	48
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		49
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	49
3.1.1	Variabel Penelitian	49
3.1.2	Definisi Operasional.....	50
3.2	Populasi dan Sampel	52
3.2.1	Populasi	52
3.2.2	Sampel.....	52
3.3	Jenis dan Sumber Data	53
3.3.1	Data Primer	54
3.3.2	Data Sekunder	54
3.4	Metode Pengumpulan Data	54
3.5	Uji Kelayakan Kuesioner	56
3.5.1	Uji Semantik	56
3.5.1.1	Uji Indikator Variabel	56
3.5.1.2	Uji Indikator Hipotesis	60
3.5.2	Uji Statistik	69
3.5.2.1	Uji Validitas	69
3.5.2.2	Uji Reliabilitas.....	71
3.6	Metode Analisis.....	72
3.6.1	Analisis SEM	72
3.6.1.1	CFA (Confirmatory Factor Analysis) Variabel.....	73
3.6.1.2	CFA (Confirmatory Factor Analysis) Full Model.....	76
3.6.1.3	Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit</i>	78
3.6.1.4	Evaluasi Asumsi SEM.....	81
3.6.1.5	Measurement Model Fit	82
3.6.2	Uji Hipotesis	82
3.6.2.1	Pendekatan Critical Ratio	84
3.6.2.2	Pendekatan Probability Value	84
3.6.3	Uji Efek Mediasi	84
BAB IV HASIL PENELITIAN		86

4.1	Deskripsi Objek Penelitian	86
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	86
4.1.2	Gambaran Umum Responden Penelitian	86
4.1.2.1	Profil Responden Berdasarkan Usia.....	87
4.1.2.2	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	87
4.1.2.3	Profil Responden Berdasarkan Fakultas.....	88
4.1.2.4	Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan	89
4.1.2.5	Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Konsumsi Pasta Gigi Pepsodent	89
4.2	Evaluasi Asumsi SEM.....	90
4.2.1	Uji Normalitas Data	90
4.2.2	Uji Outliers.....	92
4.2.3	Uji Multikolinearitas	95
4.2.4	Uji Index Hoetler.....	95
4.3	Uji Confirmatory Factor Analysis (CFA)	96
4.3.1	Uji CFA Kesadaran Merek.....	96
4.3.2	Uji CFA Persepsi Kualitas	99
4.3.3	Uji CFA Kepuasan Pelanggan	103
4.3.4	Uji CFA Loyalitas Pelanggan	106
4.4	Analisa Full Model SEM.....	110
4.5	Uji Reliabilitas dan Validitas Konstruk.....	113
4.5.1	Uji Validitas Konstruk	113
4.5.2	Uji Reliabilitas Kontruk	113
4.5.3	Uji Discriminant Validity.....	115
4.5.4	Uji Nilai Residual.....	116
4.6	Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	116
4.7	Uji Mediasi	118
4.8	Uji Hipotesis.....	121
4.8.1	H1: Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	122
4.8.2	H2: Pengaruh Kesadaran Merek terhadap Loyalitas Pelanggan ...	123
4.8.3	H3: Pengaruh Kesadaran Merek terhadap Kepuasan Pelanggan ..	125

4.8.4	H4: Pengaruh Persepsi Kualitas terhadap Loyalitas Pelanggan....	127
4.8.5	H5: Pengaruh Persepsi Kualitas terhadap Kepuasan Pelanggan...	129
BAB V PENUTUP.....		131
5.1	Kesimpulan.....	131
5.2	Implikasi Teori	134
5.3	Implikasi Manajerial.....	137
5.4	Keterbatasan Penelitian	140
5.5	Saran untuk Penelitian Mendatang.....	141
DAFTAR PUSTAKA		142
LAMPIRAN.....		147