

DAFTAR ISI

COVER.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAHAN.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	14
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	15
1.4 Sistematika Penulisan.....	16
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	18
2.1 Telaah Pustaka.....	18
2.1.1 Brand Experience.....	18
2.1.2 Kualitas Layanan.....	19
2.1.3 Kepuasan Pelanggan.....	21
2.1.4 Loyalitas Pelanggan.....	23
2.2 Hubungan Antar Variabel.....	24
2.2.1 Hubungan antara <i>Brand Experience</i> dengan Kepuasan Pelanggan... 24	

2.2.2	Hubungan antara Kualitas Layanan dengan Kepuasan Pelanggan ...	26
2.2.3	Hubungan antara Kepuasan Pelanggan dengan Loyalitas Pelanggan	26
2.2.4	Hubungan antara <i>Brand Experience</i> dengan Loyalitas Pelanggan ...	27
2.2.5	Hubungan antara Kualitas Layanan dengan Loyalitas Pelanggan	28
2.3	Kerangka Pemikiran Teoritis	29
2.4	Hipotesis Penelitian.....	30
BAB III METODE PENELITIAN		31
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	31
3.1.1	Variabel Penelitian.....	31
3.1.2	Definisi Operasional	32
3.2	Penentuan Populasi dan Sampel.....	34
3.2.1	Populasi.....	34
3.2.2	Sampel.....	35
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	36
3.3.1	Data Primer	36
3.3.2	Data Sekunder	36
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	37
3.4.1	Kuesioner	37
3.4.2	Studi Kepustakaan.....	37
3.5	Metode Analisis Data.....	38
3.5.1	Analisis Deskriptif	38
3.5.2	Analisis Kuantitatif	39
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....		46
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	46
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	46
4.1.2	Gambaran Umum Responden	46
4.2	Analisis Data.....	49

4.2.1	Uji <i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA)	49
4.2.1.1	Uji CFA Variabel Eksogen	50
4.2.1.2	Uji CFA Variabel Endogen.....	52
4.2.2	Analisis <i>Full Structural Equation Model</i> (SEM)	55
4.2.3	Asumsi SEM	59
4.2.3.1	Evaluasi Normalitas	59
4.2.3.2	Evaluasi <i>Outlier Data</i>	60
4.2.3.3	Evaluasi Multikolinearitas dan Singularitas.....	63
4.2.3.4	Evaluasi Nilai Residual	64
4.2.3.5	Evaluasi Reliabilitas.....	65
4.2.4	Uji Pengaruh Langsung, Tidak Langsung, dan Total.....	66
4.2.5	Uji Hipotesis	67
4.2.6	Analisis Deskriptif Jawaban Responden	68
4.2.6.1	Analisis Deskriptif <i>Brand Experience</i>	69
4.2.6.2	Analisis Deskriptif Kualitas Layanan	70
4.2.6.3	Analisis Deskriptif Kepuasan Pelanggan	71
4.2.7	Interpretasi Hasil	74
4.2.7.1	Pengaruh <i>Brand Experience</i> terhadap Kepuasan Pelanggan.....	74
4.2.7.2	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan	75
4.2.7.3	Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	76
4.2.7.4	Pengaruh <i>Brand Experience</i> terhadap Loyalitas Pelanggan	77
4.2.7.5	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan	78
BAB V PENUTUP.....		80
5.1	Simpulan	80
5.2	Implikasi Manajerial	81
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	84
5.4	Saran Penelitian Mendatang.....	85

DAFTAR PUSTAKA.....	86
LAMPIRAN	94