

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|--|-----------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| LEMBAR PERSETUJUAN | ii |
| LEMBAR PENGESAHAN | iii |
| KATA PENGANTAR..... | iv |
| ABSTRAK | vi |
| DAFTAR ISI..... | viii |
| DAFTAR TABEL..... | xi |
| DAFTAR TABEL..... | xii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1. Latar Belakang | 1 |
| 1.2. Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah | 9 |
| 1.2.1 Identifikasi Masalah..... | 9 |
| 1.2.2 Pembatasan Masalah..... | 10 |
| 1.3. Rumusan Masalah..... | 10 |
| 1.4. Tujuan Penelitian | 11 |
| 1.5. Manfaat Penelitian | 12 |
| BAB II LANDASAN TEORI..... | 13 |
| 2.1. Tinjauan Teori..... | 13 |
| 2.1.1. Pengertian Perilaku Konsumen..... | 13 |
| 2.1.1.1. Model Perilaku Konsumen | 14 |
| 2.1.1.2. Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen | 15 |
| 2.1.2. <i>Hedonic Value</i> | 16 |
| 2.1.2.1. Pengertian <i>Hedonic Value</i> | 16 |
| 2.1.2.2. Indikator <i>Hedonic Value</i> | 20 |
| 2.1.3. <i>Utilitarian Value</i> | 21 |
| 2.1.3.1. Indikator <i>Utilitarian Value</i> | 21 |
| 2.1.4. Loyalitas Konsumen..... | 22 |
| 2.1.4.1. Pengertian Loyalitas Konsumen | 23 |
| 2.1.4.2. Indikator Loyalitas Konsumen | 24 |
| 2.1.4.3. Jenis-Jenis Loyalitas Konsumen | 25 |
| 2.1.4.4. Karakteristik Loyalitas Konsumen | 26 |
| 2.1.5. Kepuasan Konsumen..... | 27 |
| 2.1.5.1. Pengertian Kepuasan Konsumen..... | 27 |

| | | |
|----------------|---|-----------|
| 2.1.5.2. | Pengukuran Kepuasan Konsumen..... | 29 |
| 2.1.5.3. | Faktor Determinasi Kepuasan Konsumen..... | 31 |
| 2.2. | Hasil Penelitian Terdahulu..... | 32 |
| 2.3. | Hubungan Antar Variabel..... | 35 |
| 2.3.1. | Penganruh Variabel <i>Hedonic Value</i> Dengan Variabel Kepuasan Konsumen..... | |
| 2.3.2. | Pengaruh Variabel <i>Utilitarian Value</i> Dengan Variabel Kepuasan Konsumen..... | 36 |
| 2.3.3. | Pengaruh Variabel <i>Hedonic Value</i> Dengan Variabel Loyalitas Konsumen..... | 36 |
| 2.3.4. | Pengaruh Variabel <i>Utilitarian Value</i> Dengan Variabel Loyalitas Konsumen..... | 37 |
| 2.3.5. | Pengaruh Variabel Kepuasan Pelanggan Dengan Variabel Loyalitas Pelanggan..... | 37 |
| 2.3.6. | Pengaruh Variabel Kualitas <i>Hedonic Value</i> Dengan Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan..... | 38 |
| 2.3.7. | Pengaruh Variabel <i>Utilitarian Value</i> Dengan Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan..... | 38 |
| 2.4. | Hipotesis..... | 39 |
| 2.5. | Model Penelitian..... | 40 |
| BAB III | METODE PENELITIAN..... | 41 |
| 3.1. | Desain Riset..... | 41 |
| 3.2. | Jenis dan Sumber Data..... | 42 |
| 3.2.1. | Jenis Data..... | 42 |
| 3.2.2. | Sumber Data..... | 42 |
| 3.3. | Populasi dan Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel..... | 43 |
| 3.3.1. | Populasi..... | 43 |
| 3.3.2. | Sampel..... | 43 |
| 3.3.3. | Teknik Pengambilan Sampel..... | 43 |
| 3.4. | Unit Analisis Data..... | 44 |
| 3.5. | Definisi Operasional Variabel..... | 44 |
| 3.5.1. | <i>Hedonic Value</i> | 45 |
| 3.5.2. | <i>Utilitarian Value</i> | 46 |
| 3.5.3. | Loyalitas Konsumen..... | 46 |
| 3.5.4. | Kepuasan Konsumen..... | 47 |
| 3.6. | Teknik Analisis Data..... | 48 |
| 3.6.1. | Uji Instrumen Validitas dan Reliabilitas..... | 48 |
| 3.6.2. | Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)..... | 51 |
| 3.6.3. | Analisis Koefisien Determinasi..... | 55 |
| BAB IV | HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 56 |
| 4.1 | Karakteristik Responden..... | 56 |
| 4.2 | Hasil Pra Penelitian..... | 61 |
| 4.2.1. | Uji Validitas..... | 61 |
| 4.2.2. | Hasil Pra Penelitian..... | 61 |
| 4.3. | Analisis Jalur..... | 65 |

| | | |
|--------------|--|----|
| 4.3.1. | Analisis Jalur Tahap I..... | 65 |
| 4.3.2. | Analisis Jalur Tahap II..... | 68 |
| 4.3.3. | Analisis Jalur Gabungan Tahap I dan Tahap II..... | 73 |
| 4.4. | Perhitungan Langsung dan Tidak Langsung Variabel..... | 74 |
| 4.5. | Pembahasan..... | 74 |
| 4.5.1. | Pengaruh Hedonic Value Terhadap Kepuasan Konsumen ... | 76 |
| 4.5.2. | Pengaruh Utilitarian Value Terhadap Kepuasan Konsumen | 77 |
| 4.5.3. | Pengaruh Hedonic Value Terhadap Loyalitas Konsumen | 78 |
| 4.5.4. | Pengaruh Utilitarian Value Terhadap Loyalitas Konsumen . | 78 |
| 4.5.5. | Pengaruh antara Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen | 79 |
| 4.5.6. | Pengaruh antara Hedonic Value Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen..... | 80 |
| 4.5.7. | Pengaruh antara Utilitarian Value Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen | 80 |
| 4.6. | Temuan Penelitian..... | 81 |
| 4.7. | Keterbatasan Penelitian..... | 81 |
| BAB V | KESIMPULAN DAN SARAN | 82 |
| 5.1. | Kesimpulan | 82 |
| 5.2. | Saran..... | 84 |
| 5.2.1. | Saran Bagi Perusahaan..... | 84 |
| 5.2.2. | Bagi Peneliti Selanjutnya | 85 |
| 5.2.3. | Implikasi Penelitian..... | 85 |
| | DAFTAR PUSTAKA | 87 |
| | LAMPIRAN | 93 |

DAFTAR TABEL

| Nomor | Nama Tabel | Halaman |
|-------|---|---------|
| 1.1. | Top Brand Indeks 2016 dan 2017 Fase I | 6 |
| 2.1. | Faktor Determinasi Kepuasan Konsumen | 31 |
| 2.2. | Penelitian Terdahulu | 32 |
| 3.1. | Skala Likert | 42 |
| 3.2. | Definisi Operasional Variabel <i>Hedonic Value</i> | 45 |
| 3.3. | Definisi Operasional Variabel <i>Utilitarian Value</i> | 46 |
| 3.4. | Definisi Operasional Variabel Loyalitas Konsumen | 47 |
| 3.5. | Definisi Operasional Variabel Kepuasan Konsumen | 47 |
| 3.6. | Kriteria Reliabilitas | 50 |
| 4.1 | Uji Validitas | 60 |
| 4.2 | Uji Reliabilitas | 64 |
| 4.3 | Hasil Uji Regresi Hedonic Value, Utilitarian Value terhadap Kepuasan Konsumen | 65 |
| 4.4 | Hasil Koefisien Determinasi Hedonic Value, Utilitarian Value Terhadap Kepuasan Konsumen | 67 |
| 4.5 | Hasil Uji Regresi Hedonic Value, Utilitarian Value, Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen | 69 |
| 4.6 | Hasil Koefisien Determinasi Hedonic Value, Utilitarian Value Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen | 72 |
| 4.7 | Hasil Perhitungan Pengaruh | 76 |

DAFTAR GAMBAR

| Nomor | Nama Gambar | Halaman |
|-------|---|---------|
| 1.1. | Pra Survey <i>Hedonic Value</i> | 7 |
| 1.2. | Pra Survey <i>Utilitarian Value</i> | 8 |
| 2.3. | Pra Survey Kepuasan konsumen | 9 |
| 2.1. | Model Perilaku Konsumen..... | 15 |
| 2.2. | Pembentukan Kepuasan/Ketidakpuasan Konsumen | 30 |
| 2.3. | Model Penelitian | 40 |
| 3.1. | Hubungan Kausal Substruktur Persamaan I | 52 |
| 3.2. | Hubungan Kausal Substruktur Persamaan II | 53 |
| 3.3. | Diagram Jalur Hubungan Kausal: X_1 , X_2 , Z dan terhadap Y | 54 |
| 4.1 | Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 56 |
| 4.2 | Responden Berdasarkan Usia..... | 57 |
| 4.3 | Reaponden Berdasarkan pendapatan..... | 58 |
| 4.4 | Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir | 59 |
| 4.5 | Analisis Jalur Tahap I..... | 65 |
| 4.6 | Hasil Tahap I Analisis Jalur | 68 |
| 4.7 | Analisis Jalur Tahap II | 69 |
| 4.8 | Hasil Tahap II Analisi Jalur | 73 |
| 4.9 | Tahap I dan II Analisis Jalur | 73 |

DAFTAR LAMPIRAN

| Nomor | Nama Lampiran | Halaman |
|-------|---|---------|
| 1. | Kuesioner Pra Survey | 93 |
| 2. | Kuesioner Penelitian | 95 |
| 3. | Karakteristik 30 Responden | 101 |
| 4. | Karakteristik 110 Responden | 102 |
| 5. | Pre-test 30 Responden | 103 |
| 6. | Hasil Uji Validitas | 104 |
| 7. | Hasil Uji Realibilitas | 113 |
| 8. | Tabulasi 110 Responden | 114 |
| 9. | Hasil Uji Analisis Jalur Tahap I | 118 |
| 10. | Hasil Uji Analisis Jalur Tahap II | 119 |