

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
LEMBAR PENGESAHAN TESIS.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK/ABSTRACT	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasi Masalah	6
1.3. Batasan Masalah	6
1.4. Rumusan Masalah	7
1.5. Tujuan Penelitian	7
1.6. Manfaat Penelitian	7
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Kualitas Produk.....	8
2.2. Kepuasan Konsumen.....	14
2.3. Loyalitas Pelanggan	18
2.4. Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	22
BAB 3 METODE PENELITIAN	27
3.1. Kerangka Penelitian	27
3.2. Definisi dan Kategori Produk	35
3.3. Hipotesis Penelitian.....	36
3.2.1. Hubungan Variabel Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen	36
3.2.2. Hubungan Variabel Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan	37
3.2.3. Hubungan Variabel Kualitas Produk dan loyalitas Pelanggan	38
3.4. Desain Penelitian.....	39
3.5. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	39
3.5.1. Devenisi Operasional	39
3.5.2. Pengukuran Variabel.....	42
3.6. Teknik Pengumpulan Data dan Pengambilan Sampel	47
3.6.1. Jenis Data	47
3.6.2. Populasi dan Sampel	47
3.6.3. Teknik Pengambilan Data	49
3.7. Uji Kualitas Data.....	50
3.7.1. Uji <i>Validitas</i>	50
3.7.2. Uji <i>Reliabilitas</i>	51
3.8. Metode Analisis SEM	52
3.8.1. Variabel – Variabel dalam SEM	52

3.8.2. Model – Model dalam SEM.....	53
3.8.3. <i>Two Step Approach</i>	53
3.8.4. <i>Confirmatory Factor Analysis (CFA)</i>	54
3.8.5. <i>Second-order Confirmatory Factor Analysis</i>	57
3.8.6. Analisis Model <i>Struktural</i>	57
3.9. Teknik Analisis Data.....	58
3.9.1. Asumsi-Asumsi Penggunaan SEM.....	59
3.9.2. Tahapan-tahapan SEM.....	60
3.9.3. Uji Deteksi Pengaruh Mediasi (<i>Intervening</i>).....	62
BAB 4 ANALISA DAN PEMBAHASAN	64
4.1. Pelaksanaan Penelitian.....	64
4.1.1. Gambaran Objek Penelitian.....	64
4.1.2. Pelaksanaan <i>Pre-test</i>	64
4.1.3. Pelaksanaan <i>Survei</i>	68
4.2. Profil Responden.....	68
4.2.1. Jenis Kelamin.....	69
4.2.2. Usia.....	69
4.2.3. Pendidikan Formal Terakhir.....	70
4.2.4. Pekerjaan.....	71
4.2.5. Pengeluaran Perbulan diluar Belanja Rutin Bulanan.....	72
4.2.6. Lamanya Masa Keanggotaan.....	73
4.3. Data Statistik <i>Deskriptif Anova</i>	74
4.3.1. Variabel Kualitas Produk.....	74
4.3.2. Variabel Kepuasan Konsumen.....	74
4.3.3. Variabel Loyalitas Pelanggan.....	75
4.4. Analisa Statistik Deskriptif Kuesioner.....	75
4.5. Hasil Asumsi – Asumsi Penggunaan SEM.....	76
4.6. <i>Confirmatory Factor Analysis (CFA)</i>	77
4.6.1. Analisis Validitas Model Pengukuran.....	78
4.6.2. Uji Kecocokan Model (<i>Goodness of Fit</i>).....	81
4.6.3. Analisis Reliabilitas Model Pengukuran.....	82
4.7. <i>Second Order Confirmatory Factor Analysis (2nd CFA)</i>	84
4.7.1. Uji Kecocokan Keseluruhan Model (<i>Goodness of Fit</i>)... ..	85
4.7.2. Uji Kecocokan Model <i>Struktural</i>	88
4.8. Pengujian Hipotesis.....	89
4.9. Uji Variabel Mediasi (<i>Intervening</i>).....	92
4.10. Implikasi Manajerial.....	94
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	105
5.1. Kesimpulan.....	105
5.2. Keterbatasan Penelitian.....	107
5.3. Saran.....	108
DAFTAR PUSTAKA	109
LAMPIRAN	112-128