

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi 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 Loyalitas Pelanggan	13
2.1.1 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan....	15
2.1.2 Jenis-jenis Loyalitas.....	17
2.1.3 Tahapan Loyalitas	19
2.1.4 Dimensi Loyalitas Pelanggan.....	20
2.2 Kepuasan Pelanggan	22
2.2.1 Indikator Kepuasan Pelanggan.....	23
2.2.2 Manfaat Kepuasan Pelanggan	23
2.2.3 Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan	24
2.3 <i>Brand Image</i>	27
2.3.1 Faktor-faktor Pembentuk <i>Brand Image</i>	28
2.3.2 Langkah-langkah Membangun <i>Brand Image</i>	29
2.3.3 Elemen <i>Brand Image</i>	30
2.3.4 Indikator <i>Brand Image</i>	30
2.4 Kualitas Pelayanan	31
2.4.1 Dimensi Kualitas Pelayanan	31
2.5 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	35
2.6 Hubungan Antar Variabel	41

2.6.1	Hubungan <i>Brand Image</i> dengan Kepuasan Pelanggan	41
2.6.2	Hubungan <i>Brand Image</i> dengan Loyalitas.....	41
2.6.3	Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan	42
2.6.4	Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas.....	42
2.6.5	Hubungan Kepuasan Pelanggan dengan Loyalitas	43
2.6.6	Hubungan <i>Brand Image</i> dengan Loyalitas melalui Kepuasan Pelanggan	43
2.6.7	Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas melalui... Kepuasan Pelanggan	44
2.7	Hipotesis.....	44
2.8	Model Penelitian	45
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		47
3.1	Desain Riset	47
3.2	Jenis dan Sumber Data	48
3.2.1	Jenis Data	48
3.2.2	Sumber Data.....	49
3.3	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	50
3.3.1	Populasi	50
3.3.2	Sampel.....	50
3.3.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	51
3.4	Unit Analisis	51
3.5	Definisi Operasional Variabel.....	52
3.6	Teknik Analisis Data.....	57
3.6.1	Uji Instrumen	57
3.6.1.1	Uji Validitas	57
3.6.1.2	Uji Reliabilitas	59
3.6.2	Uji Asumsi Klasik.....	60
3.6.2.1	Uji Normalitas.....	60
3.6.2.2	Uji Multikolinearitas	61
3.6.2.3	Uji Heteroskedastisitas.....	62
3.6.2.4	Uji Serempak (f).....	62
3.6.2.5	Uji Parsial (t).....	62
3.6.2.6	Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	63
3.6.2.7	Koefisien Determinasi (R ²)	67
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		68
4.1	Hasil Penelitian	68
4.1.1	Karakteristik Responden	68
4.2	Uji Validitas dan Reliabilitas	71
4.2.1	Uji Validitas	71
4.2.2	Uji Reliabilitas	73
4.3	Uji Asumsi Klasik.....	74
4.3.1	Uji Normalitas.....	74
4.3.2	Uji Multikolinearitas	75
4.3.3	Uji Heteroskedastisitas.....	76
4.3.4	Uji F	77
4.3.4	Uji t	78

4.4	Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	80
4.4.1	Analisis Jalur Tahap 1	81
4.4.2	Analisis Jalur Tahap 2	84
4.4.3	Analisis Jalur Gabungan Tahap 1 dan Tahap 2.....	88
4.5	Pembahasan Hasil Penelitian	91
4.5.1	Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan	91
4.5.2	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan	92
4.5.3	Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas.....	93
4.5.4	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas	95
4.5.5	Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas.....	96
4.6	Temuan Penelitian.....	97
4.7	Keterbatasan Penelitian.....	97
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	98
5.1	Kesimpulan	98
5.2	Saran.....	100
5.2.1	Bagi Perusahaan	100
5.2.2	Bagi Peneliti Selanjutnya	100
5.3	Implikasi Penelitian.....	101
DAFTAR PUSTAKA		102
LAMPIRAN.....		105