

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah	7
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	7
1.2.2 Pembatasan Masalah.....	8
1.3. Rumusan Masalah	8
1.4. Tujuan Penelitian	9
1.5. Manfaat Penelitian	10
BAB II LANDASAN TEORI	11
2.1. Tinjauan Teori.....	11
2.2. Pengertian Kepercayaan Merek	11
2.2.1 Dimensi Kepercayaan Merek	12
2.3. Kualitas Layanan.....	13
2.3.1 Dimensi Kualitas Layanan	14
2.3.2 Konsep Kualitas Layanan	15
2.4. Kepuasan Pelanggan	18
2.4.1 Dimensi Kepuasan Pelanggan	19
2.4.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.....	20
2.5. Loyalitas Pelanggan	21
2.5.1 Siklus Loyalitas Pelanggan	21
2.5.2 Dimensi Loyalitas Pelanggan	23
2.6. Hasil Penelitian Sebelumnya	25
2.7. Hubungan Antar Variabel	30

2.7.1	Pengaruh Kepercayaan Merek (X_1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Z).....	30
2.7.2	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan	31
2.7.3	Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Pelanggan	31
2.7.4	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan	32
2.7.5	Pengaruh antara Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan.....	32
2.8	Hipotesis	33
2.9	Model Penelitian	33
BAB III	METODE PENELITIAN	35
3.1	Desain Riset.....	35
3.2	Jenis dan Sumber Data	35
3.2.1	Jenis Data	35
3.2.2	Sumber Data.....	36
3.3	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	37
3.3.1	Populasi.....	37
3.3.2	Sampel.....	37
3.3.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	38
3.4	Unit Analisis Data	39
3.5	Definisi Operasional Variabel.....	39
3.5.1	Kepercayaan Merek (X_1).....	39
3.5.2	Kualitas Layanan (X_2).....	39
3.5.3	Kepuasan Pelanggan(Z)	40
3.5.4	Loyalitas Pelanggan (Y).....	40
3.6	Teknik Analisis Data	42
3.6.1	Uji Instrumen Validitas dan Reliabilitas	43
3.6.2	Analisis Jalur (<i>Analysis Path</i>)	45
3.6.3	Koefisien Determinasi (R^2).....	50
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	52
4.1	Hasil Penelitian	52
4.1.1	Deskriptif Data/Karakteristik Responden	52
4.1.2	Uji Validitas	56
4.1.3	Uji Reliabilitas	59
4.2	Analisis Deskriptif Penelitian	60
4.2.1	Variabel Kepercayaan Merek.....	61
4.2.2	Variabel Kualitas Layanan.....	61

4.2.3	Variabel Kepuasan Pelanggan.....	63
4.2.4	Variabel Loyalitas Pelanggan	64
4.3	Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	64
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian	76
4.4.1	Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Kepuasan Pelanggan.....	76
4.4.2	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	76
4.4.3	Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Pelanggan.....	77
4.4.4	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	77
4.4.5	Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	78
4.4.6	Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan	79
4.4.7	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan	80
4.3	Temuin Penelitian	80
4.4	Keterbatasan Penelitian.....	82
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	83
5.1	Kesimpulan	83
5.2	Saran.....	84
5.3	Implikasi Penelitian.....	85
DAFTAR PUSTAKA		87
LAMPIRAN.....		91

DAFTAR TABEL

Nomor	Nama Tabel	Halaman
1.1	Top Brand Award Indonesia	3
2.1	Penelitian Terdahulu	25
3.1	Skala Likert	36
3.2	Operasional Variabel.....	41
3.3	Kriteria Reliabilitas	45
4.1	Hasil Uji Validitas.....	57
4.2	Hasil Uji Reliabilitas	59
4.3	Skala Pengukuran Nilai Indeks	61
4.4	Angka Indeks Variabel Kepercayaan Merek	61
4.5	Angka Indeks Variabel Kualitas Layanan	62
4.6	Angka Indeks Variabel Kepuasan Pelanggan.....	63
4.7	Angka Indeks Variabel Loyalitas Pelanggan.....	64
4.8	Hasil Uji Regresi Kepercayaan Merek dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan	65
4.9	Nilai Koefisien Determinasi Kepercayaan Merek, Kualitas Layanan, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan	66
4.10	Hasil Uji Regresi Kepercayaan Merek, Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	69
4.11	Nilai Koefisien Determinasi Kepercayaan Merek, Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	70
4.12	Hasil Perhitungan Pengaruh.....	75

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Nama Gambar	Halaman
1.1	Prasurvey Kepercayaan Merek	4
1.2	Prasurvey Kualitas Layanan.....	5
1.3	Prasurvey Kepuasan Pelanggan	6
1.4	Prasurvey Loyalitas Pelanggan	6
2.1	Siklus Pelanggan Loyal.....	23
2.2	Model Penelitian	34
3.1	Diagram Jalur Hubungan Kausal X_1 , X_2 , dan Z terhadap Y.....	47
3.2	Hubungan Kausal Substruktural I.....	48
3.3	Hubungan Kausal Substruktural II.....	49
4.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
4.2	Responden Berdasarkan Usia.....	53
4.3	Responden Berdasarkan Pendapatan	54
4.4	Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	55
4.5	Responden Berdasarkan Pekerjaan	56
4.6	Tahap I Analisis Jalur.....	68
4.7	Tahap II Analisis Jalur	72
4.8	Analisis Jalur Gabungan Tahap I dan II.....	73

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Nama Lampiran	
	Halaman	
1	Kuesioner Pra Survey	91
2.	Kuesioner Penelitian	93
3.	Data Profile Karakteristik 30 Responden.....	96
4.	Data Profile Karakteristik 140 Responden.....	97
5.	Tabulasi Pre-Test 30 Responden.....	98
6.	Hasil Uji Validitas.....	99
7.	Hasil Uji Reliabilitas	101
8.	Tabulasi Data 140 Responden.....	102
9.	Hasil Uji Analisis Jalur Tahap I.....	108
10.	Hasil Uji Analisis Jalur Tahap II.....	109