

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi dan Pembatasan Masalah	5
1.2.1. Identifikasi Masalah	5
1.2.2. Pembatasan Masalah	6
1.3. Rumusan Masalah	6
1.4. Tujuan Penelitian.....	7
1.5. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II LANDASAN TEORI.....	8
2.1. Loyalitas Pelanggan	8
2.1.1. Faktor-Faktor Loyalitas Pelanggan	9
2.1.2. Jenis-Jenis Loyalitas Pelanggan.....	10
2.1.3. Dimensi Loyalitas Pelanggan	11
2.2. Citra Merek.....	12
2.2.1. Dimensi Citra Merek	13
2.2.2. Faktor-Faktor Pembentuk Citra Merek	13
2.2.3. Langkah-Langkah Membangun Citra Merek.....	14
2.3. Kualitas Pelayanan	14
2.3.1. Dimensi Kualitas Pelayanan	15
2.4. Kepuasan Pelanggan.....	17
2.4.1. Dimensi Kepuasan Pelanggan.....	18
2.4.2. Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan	18
2.4.3. Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	18

2.5.	Penelitian Terdahulu.....	21
2.6.	Hubungan Antar Variabel.....	24
2.6.1.	Hubungan Citra Merek dengan Kepuasan Pelanggan.....	24
2.6.2.	Hubungan Citra Merek dengan Loyalitas.....	24
2.6.3.	Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan.....	24
2.6.4.	Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas.....	25
2.6.5.	Hubungan Kepuasan Pelanggan dengan Loyalitas.....	25
2.6.6.	Hubungan Citra Merek dengan Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan.....	25
2.6.7.	Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan.....	25
2.7.	Hipotesis.....	26
2.8.	Model Penelitian.....	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		28
3.1.	Desain Riset.....	28
3.2.	Jenis dan Sumber Data.....	28
3.2.1.	Jenis Data.....	28
3.2.2.	Sumber Data.....	29
3.3.	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	30
3.3.1.	Populasi.....	30
3.3.2.	Sampel.....	30
3.3.3.	Teknik Pengambilan Sampel.....	31
3.4.	Unit Analisis.....	31
3.5.	Definisi Operasional Variabel.....	31
3.6.	Teknik Analisis Data.....	35
3.6.1.	Uji Instrumen.....	35
3.6.1.1.	Uji Validitas.....	35
3.6.1.2.	Uji Reliabilitas.....	36
3.6.2.	Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	38
3.6.3.	Uji Serempak (f).....	41
3.6.4.	Uji Parsial (t).....	41
3.6.5.	Koefisien Determinasi (R ²).....	42
BAB IV HASIL		43
4.1.	Hasil Penelitian.....	43
4.1.1.	Karakteristik Responden.....	43
4.2.	Teknik Analisis Data.....	47
4.2.1.	Uji Validitas.....	47
4.2.2.	Uji Reliabilitas.....	50
4.3.	Path Analysis (Analisa Jalur Path).....	51
4.3.1.	Analisa Jalur Tahap I.....	52

4.3.2.	Analisa Jalur Tahap II	56
4.3.3.	Analisa Jalur Gabungan Tahap I, dan Tahap II	60
BAB V PEMBAHASAN PENELITIAN		63
5.1.	Pembahasan Hasil Penelitian	63
5.1.1.	Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan	63
5.1.2.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	63
5.1.3.	Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas	64
5.1.4.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas	64
5.1.5.	Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas	65
5.2.	Temuan Penelitian	65
5.3.	Keterbatasan Penelitian	66
BAB VI PENUTUP		67
6.1.	Kesimpulan	67
6.2.	Saran	68
6.3.	Implikasi Penelitian	68
DAFTAR PUSTAKA		69
LAMPIRAN		72