

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH.....	vi
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	7
1.3. Perumusan Masalah.....	7
1.4. Tujuan Penelitian.....	8
1.5. Manfaat Penelitian	8
1.5.1. Manfaat Teoritis	8
1.5.2. Manfaat Praktis	8
BAB II LANDASAN TEORI.....	10
2.1. Tinjauan Teori.....	10
2.1.1. Perilaku Konsumen	10
2.1.1.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	10
2.1.2. Loyalitas Pelanggan	12
2.1.2.1 Karakteristik Loyalitas Pelanggan	12
2.1.2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan	13
2.1.2.3 Manfaat Loyalitas Pelanggan.....	14
2.1.2.4 Dimensi Loyalitas Pelanggan.....	15
2.1.3. Kepuasan Konsumen	15
2.1.3.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen.....	16
2.1.3.2 Elemen Kepuasan Konsumen	16
2.1.3.3 Jenis Kepuasan Konsumen	17
2.1.3.4 Dimensi Kepuasan Konsumen	17
2.1.4. <i>Brand Image</i>	17
2.1.4.1 Manfaat <i>Brand Image</i>	18
2.1.4.2 Dimensi <i>Brand Image</i>	18
2.1.5. <i>Product Assortment</i>	18
2.2. Penelitian Terdahulu.....	20

2.3.	Hubungan Antar Variabel.....	23
2.3.1.	Hubungan <i>Brand Image</i> (X_1) dengan Kepuasan Konsumen (Z)	23
2.3.2.	Hubungan <i>Product Assortment</i> (X_2) dengan Kepuasan Konsumen (Z)	23
2.3.3.	Hubungan Kepuasan Konsumen (Z) dengan Loyalitas Pelanggan (Y)	24
2.3.4.	Hubungan <i>Brand Image</i> (X_1) dengan Loyalitas Pelanggan (Y)	24
2.3.5.	Hubungan <i>Product Assortment</i> (X_2) dengan Loyalitas Pelanggan (Y)	25
2.3.6.	Hubungan <i>Brand Image</i> (X_1) dengan Loyalitas Pelanggan (Y) melalui Kepuasan Konsumen (Z).....	25
2.3.7.	Hubungan <i>Product Assortment</i> (X_2) dengan Loyalitas Pelanggan (Y) melalui Kepuasan Konsumen (Z).....	25
2.4.	Hipotesis Penelitian.....	26
2.5.	Model Penelitian	26
BAB III	METODE PENELITIAN	27
3.1.	Rancangan Penelitian	27
3.2.	Objek Penelitian.....	27
3.3.	Tempat dan Waktu Penelitian.....	27
3.4.	Jenis dan Sumber Data	27
3.4.1.	Jenis Data.....	27
3.4.2.	Sumber Data	27
3.5.	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	28
3.5.1.	Populasi	28
3.5.2.	Sampel	28
3.5.3.	Teknik Pengambilan Sampel	29
3.6.	Unit Analisis	29
3.7.	Definisi Operasional Variabel.....	29
3.7.1.	Definisi Variabel	29
3.7.2.	Operasionalisasi Variabel	30
3.8.	Teknik Analisis Data	31
3.8.1.	Uji Validitas	31
3.8.2.	Uji Reliabilitas	32
3.8.3.	Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	33
3.8.4.	Pengujian Hipotesis	36
BAB IV	HASIL PENELITIAN	37
4.1.	Karakteristik Responden.....	37
4.2.	Uji Validitas	40

4.3.	Uji Reliabilitas.....	43
4.4.	Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	43
4.4.1.	Analisis Jalur Tahap 1	43
4.4.2	Analisis Jalur Tahap 2	46
4.4.3.	Analisis Jalur Gabungan Tahap 1 dan Tahap 2.....	49
BAB V PEMBAHASAN		51
5.1.	Pembahasan Hasil Penelitian	51
5.1.1.	Pengaruh <i>Brand Image</i> (X_1) terhadap Kepuasan Konsumen (Z)	51
5.1.2.	Pengaruh <i>Product Assortment</i> (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Z)	51
5.1.3.	Pengaruh Kepuasan Konsumen (Z) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	52
5.1.4.	Pengaruh <i>Brand Image</i> (X_1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	52
5.1.5.	Pengaruh <i>Product Assortment</i> (X_2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	53
5.1.6.	Pengaruh <i>Brand Image</i> (X_1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) melalui Kepuasan Konsumen (Z)	54
5.1.7.	Pengaruh <i>Product Assortment</i> (X_1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) melalui Kepuasan Konsumen (Z).....	55
5.2.	Temuan Penelitian	55
5.3.	Keterbatasan Penelitian.....	56
BAB VI PENUTUP		57
6.1.	Kesimpulan	57
6.2.	Saran	58
6.2.1.	Kepada Pizza Hut di Wilayah Jakarta Barat	58
6.2.2.	Kepada Peneliti Sebelumnya	59
6.3.	Implikasi Penelitian	59
6.3.1.	Implikasi Teoritis	59
6.3.2.	Implikasi Praktis.....	59
DAFTAR REFERENSI		61
LAMPIRAN		64

DAFTAR TABEL

Nomor	Nama Tabel	Halaman
1.1	Jumlah Peminat Restoran Cepat Saji Terpopuler	2
1.2	Perbandingan <i>Rating</i> dan Jumlah Respons Pelanggan	3
1.3	Peringkat Merek Restoran Cepat Saji Periode 2014-2018	5
1.4	Perbandingan Varian Menu Pizza Hut dan Domino's Pizza	6
2.1	Hasil Penelitian Terdahulu.....	20
3.1	Operasionalisasi Variabel	30
3.2	Skor Skala Likert.....	31
3.3	Nilai Reliabilitas.....	33
4.1	Uji Validitas	41
4.2	Hasil Uji Reliabilitas.....	43
4.3	Hasil Uji <i>Brand Image</i> dan <i>Product Assortment</i> terhadap Kepuasan Konsumen	44
4.4	Nilai Koefisien Determinasi <i>Brand Image</i> dan <i>Product Assortment</i> terhadap Kepuasan Konsumen	44
4.5	Hasil Uji <i>Brand Image</i> , <i>Product Assortment</i> dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan	46
4.6	Hasil Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan.....	47
4.7	Nilai Koefisien Determinasi Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan.....	47
4.8	Hasil Perhitungan Pengaruh.....	50

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Nama Gambar	Halaman
1.1	Jumlah Peminat Restoran Cepat Saji Terpopuler.....	2
2.1	Model Penelitian	26
3.1	Hubungan Kausal Sub Struktur 1	34
3.2	Hubungan Kausal Sub Struktur 2.....	35
3.3	Diagram Jalur Hubungan Kausal: X1, X2, Z terhadap Y.....	35
4.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
4.2	Responden Berdasarkan Rata-Rata Usia.....	38
4.3	Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	38
4.4	Responden Berdasarkan Pembelian Selama 6 Bulan Terakhir	39
4.5	Responden Berdasarkan besar pengeluaran setiap makan di Pizza Hut wilayah Jakarta Barat.....	40
4.6	Tahap 1 Analisis Jalur	45
4.7	Tahap 2 Analisis Jalur	48
4.8	Analisis Jalur Gabungan Tahap 1 dan 2	49

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran No	Nama Lampiran	Halaman
1	Lampiran Kuesioner	63
2	Data Karakteristik 30 dan 115 Responden.....	67
3	Tabulasi Data Pre-Test (30 responden)	69
4	Tabulasi Data 115 Responden.....	73
5	Hasil Pernyataan Tertinggi dan Terendah.....	79
6	Hasil Uji Validitas	80
7	Hasil Uji Reliabilitas.....	88
8	Hasil Analisis Jalur Tahap 1	88
9	Hasil Analisis Jalur Tahap 2	89