

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
UCAPAN TERIMAKASIH.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA.....	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah 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.....	10
1.5. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori	12
2.1.1. Loyalitas	12
2.1.1.1. Indikator Pengukuran Loyalitas Konsumen	12
2.1.1.2. Merancang dan Menciptakan Loyalitas	12
2.1.1.3. Macam Bentuk Loyalitas	13
2.1.1.4. Tahap-tahap Loyalitas	13
2.1.1.5. Prinsip-prinsip Loyalitas	15
2.1.1.6. Mempertahankan Loyalitas Pelanggan	16
2.1.1.7. Dimensi Loyalitas Pelanggan.....	19
2.1.2. Kepuasan Pelanggan	20
2.1.2.1. Teori Kepuasan Pelanggan.....	20
2.1.2.2. Komponen Kepuasan Pelanggan.....	23
2.1.2.3. Dimensi Kepuasan Pelanggan.....	23
2.1.3. Citra Merek	23
2.1.3.1. Manfaat Merek	28

2.1.4. Kualitas Produk	29
2.1.4.1. Dimensi Kualitas Produk	29
2.1.5. Harga	30
2.1.5.1. Prosedur Penetapan Harga	30
2.1.5.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penetapan Harga	32
2.1.5.3. Strategi Penetapan Harga	33
2.1.5.4. Dimensi Harga	37
2.2. Penelitian Terdahulu	37
2.3. Hubungan Antar Variabel	41
2.3.1. Hubungan Citra Merek dengan Kepuasan Pelanggan	41
2.3.2. Hubungan Kualitas Produk dengan Kepuasan Pelanggan	41
2.3.3. Hubungan Harga dengan Kepuasan Pelanggan	41
2.3.4. Hubungan Kepuasan Pelanggan dengan Loyalitas Pelanggan	42
2.3.5. Hubungan Citra Merek dengan Loyalitas Pelanggan	42
2.3.6. Hubungan Kualitas Produk dengan Loyalitas Pelanggan	42
2.3.7. Hubungan Harga dengan Loyalitas Pelanggan	43
2.3.8. Hubungan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan	43
2.3.9. Hubungan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan	43
2.3.10. Hubungan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan	43
2.4. Hipotesis	43
2.5. Model Penelitian	44

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Desain Riset	45
3.2. Jenis dan Sumber Data	45
3.2.1. Jenis Data	45
3.2.2. Sumber Data	45
3.3. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	46
3.3.1. Populasi	46
3.3.2. Sampel	46
3.3.3. Teknik Pengambilan Sampel	46
3.4. Unit Analisis	47
3.5. Definisi Operasional	47
3.5.1. Citra Merek	47
3.5.2. Kualitas Produk	47
3.5.3. Harga	47
3.5.4. Kepuasan Pelanggan	47
3.5.5. Loyalitas Pelanggan	47
3.5.6. Analisis Deskriptif	50
3.6. Uji Instrumen	50
3.6.1. Uji Validitas	50
3.6.2. Uji Realibilitas	51
3.7. Teknik Analisa Data	52
3.8. Uji Asumsi Klasik	52

3.8.1. Uji Normalitas	52
3.8.2. Uji Multikolinearitas	53
3.8.3. Uji Heteroskedastisitas	53
3.8.4. Uji Autokorelasi	53
3.9. Analisis Jalur (Path Analysis)	54
3.9.1. Tahap 1	54
3.9.2. Tahap 2	55
3.9.3. Tahap 3	56
3.9.4. Tahap 4	57
3.9.5. Uji F	57
3.9.6. Uji t	57
3.7.6. Koefisien Determinasi	58
BAB IV HASIL PENELITIAN	59
4.1. Hasil Responden	59
4.1.1. Responden Berdasarkan Usia	59
4.1.2. Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Dalam Seminggu	59
4.1.3. Responden Berdasarkan Jumlah Uang Saku per Bulan	60
4.1.4. Analisis Deskripsi Penelitian	60
4.1.5. Variabel Citra Merek	61
4.1.6. Variabel Kualitas Produk	61
4.1.7. Variabel Harga	63
4.1.8. Variabel Kepuasan Pelanggan	64
4.1.9. Variabel Loyalitas Pelanggan	65
4.2. Analisis Kuantitatif	65
4.2.1. Hasil Uji Validitas	65
4.2.2. Hasil Uji Validitas Citra Merek	66
4.2.3. Hasil Uji Validitas Kualitas Produk	66
4.2.4. Hasil Uji Validitas Harga	67
4.2.5. Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan	67
4.2.6. Hasil Uji Validitas Loyalitas Pelanggan	68
4.3. Uji Realibilitas	69
4.3.1. Uji Reliabilitas Citra Merek	69
4.3.2. Uji Reliabilitas Kualitas Produk	70
4.3.3. Uji Reliabilitas Harga	70
4.3.4. Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan	70
4.3.5. Uji Reliabilitas Loyalitas Pelanggan	70
4.4. Uji Asumsi Klasik	71
4.4.1. Uji Normalitas	70
4.4.2. Uji Multikolinearitas	71
4.4.3. Uji Heteroskedastisitas	71
4.4.4. Uji Autokorelasi	72
4.5. Analisis Jalur (Path Analysis)	72
4.5.1. Analisis Jalur Tahap 1	73
4.5.2. Analisis Jalur Tahap 2	77
4.5.3. Analisis Jalur Gabungan Tahap 1 dan Tahap 2	81
4.5.4. Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak, dan Pengaruh Total	82
BAB V PEMBAHASAN	85
5.1. Pembahasan Penelitian	85

5.1.1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan	85
5.1.2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan	85
5.1.3. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	85
5.1.4. Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan	86
5.1.5. Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	86
5.1.6. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan	86
5.1.7. Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan	87
5.1.8. Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan	87
5.1.9. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan	88
5.1.10. Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan	88
5.2. Temuan Penelitian.....	88
5.3. Keterbatasan Penelitian	89
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	90
6.1. Kesimpulan.....	90
6.2. Saran	91
6.3. Implikasi Penelitian.....	91
6.3.1. Implikasi Teoritis	91
6.3.2. Implikasi Praktis.....	91
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN.....	97