

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK.....	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR RUMUS	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Perumusan Masalah.....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Perilaku Konsumen	8
2.1.1 Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	8
2.2 Persepsi Harga	9
2.2.1 Dimensi Persepsi Harga	9
2.2.2 Indikator Persepsi Harga	10
2.3 Kualitas Layanan	10
2.3.1 Dimensi Kualitas Layanan	11
2.3.2 Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Layanan.....	11
2.4 <i>Brand Image</i>	13
2.4.1 Dimensi <i>Brand Image</i>	13
2.4.2 Faktor Yang Mempengaruhi <i>Brand Image</i>	13
2.5 Loyalitas Pelanggan	14
2.5.1 Dimensi Loyalitas Pelanggan.....	14
2.5.2 Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan.....	15
2.5 Penelitian Terdahulu.....	16
2.6 Hubungan Antar Variabel.....	18
2.6.1 Pengaruh Persepsi Harga (X1) Terhadap <i>Brand Image</i> (Z).....	18
2.6.2 Pengaruh Kualitas Layanan (X2) Terhadap <i>Brand Image</i> (Z).....	18
2.6.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> (Z) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).....	19
2.6.4 Pengaruh Persepsi Harga (X1) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).....	19
2.6.5 Pengaruh Kualitas Layanan (X2) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).....	19
2.6.6 Pengaruh Persepsi Harga (X1) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).....	19

melalui <i>Brand Image</i> (Z).....	20
2.6.7 Pengaruh Kualitas Layanan (X2) Terhadap Loyalitas Pelanggan melalui <i>Brand Image</i>	20
2.7 Hipotesis.....	21
2.8 Model Penelitian.....	21
BAB III METODE PENELITIAN.....	22
3.1 Desain Riset.....	22
3.2 Jenis dan Sumber Data.....	22
3.2.1 Jenis Data.....	22
3.2.2 Sumber Data.....	23
3.3 Objek Penelitian.....	23
3.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	24
3.4.1 Populasi.....	24
3.4.2 Sampel.....	24
3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	24
3.5 Unit Analisis.....	25
3.6 Definisi Operasional Variabel.....	25
3.6.1 Variabel Independen.....	26
3.6.2 Variabel Intervening.....	27
3.6.3 Variabel Dependen.....	27
3.7 Teknik Analisis Data.....	30
3.7.1 Uji Validitas.....	30
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	30
3.8 Uji Hipotesis.....	31
3.8.1 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	31
3.8.2 Uji F (Uji Silmutan).....	33
3.8.3 Uji t (Uji Parsial).....	33
3.8.4 Koefisien Determinasi (R ²).....	34
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	35
4.1 Karakteristik Responden.....	35
4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	37
4.2.1 Uji Validitas.....	37
4.2.2 Uji Realibilitas.....	40
4.3 Analisis Deskriptif Penelitian.....	41
4.4 Analisis jalur.....	47
4.4.1 Analisis Jalur Tahap I.....	47
4.4.1.1 Hasil Uji F.....	47
4.4.1.2 Hasil Uji t.....	48
4.4.1.3 Koefisien Determinasi Tahap I.....	49
4.5.1 Analisis Jalur Tahap II.....	50
4.5.1.1 Hasil Uji F.....	50
4.5.1.2 Hasil Uji t.....	50
4.5.1.3 Koefisien Determinasi Tahap II.....	51

4.6.1 Analisis Jalur Tahap III.....	52
4.6.1.1 Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak Langsung dan Pengaruh Total antara Variabel Pada Analisis Jalur Gabungan.....	53
BAB V PEMBAHASAN.....	55
5.1 Pembahasan Hasil Penelitian.....	55
5.1.1 Pengaruh Persepsi Harga (X1) terhadap <i>Brand Image</i> (Z).....	55
5.1.2 Pengaruh Kualitas Layanan (X2) terhadap <i>Brand Image</i> (Z).....	56
5.1.3 Pengaruh Persepsi Harga (X1) terhadap Loyalitas Pelanggan(Y).....	56
5.1.4 Pengaruh Kualitas Layanan (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).....	57
5.1.5 Pengaruh <i>Brand Image</i> (Z) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).....	57
5.1.6 Pengaruh Persepsi Harga (X1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) melalui <i>Brand Image</i> (Z).....	57
5.1.7 Pengaruh Kualitas Layanan (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) melalui <i>Brand Image</i> (Z).....	57
5.2 Temuan Penelitian.....	58
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	58
BAB VI PENUTUP.....	59
6.1 Kesimpulan.....	59
6.2 Saran.....	60
6.2.1 Bagi Perusahaan.....	60
6.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya.....	60
6.3 Implikasi Penelitian.....	61
DAFTAR PUSTAKA.....	62
LAMPIRAN.....	64