

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Rumusan Masalah.....	6
1.4 Tujuan Masalah	6
1.5 Manfaat Penelitian	6
BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1 Teori Terkait Variabel	7
2.1.1 Keputusan Pelanggan	7
2.1.1.1 Pengertian Keputusan Pelanggan	7
2.1.1.2 Dimensi Keputusan Pelanggan	8
2.1.1.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pelanggan	8
2.1.2 <i>Brand Image</i>	9
2.1.2.1 Pengertian <i>Brand Image</i>	9
2.1.2.2 Dimensi <i>Brand Image</i>	10
2.1.2.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi <i>Brand Image</i>	10
2.1.3 <i>Brand Equity</i>	10
2.1.3.1 Pengertian <i>Brand Equity</i>	10
2.1.3.2 Dimensi <i>Brand Equity</i>	12
2.1.3.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi <i>Brand Equity</i>	12
2.1.4 Pengalaman Pelanggan	13
2.1.4.1 Pengertian Pengalaman Pelanggan	13
2.1.4.2 Dimensi Pengalaman Pelanggan	14
2.1.4.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengalaman Pelanggan ...	15
2.2 Penelitian Terdahulu	15
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	20
2.3.1 Hubungan <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pelanggan.....	20
2.3.2 Hubungan <i>Brand Equity</i> Terhadap Keputusan Pelanggan	20
2.3.3 Hubungan Pengalaman Pelanggan Terhadap Keputusan Pelanggan.....	21
2.4 Hipotesis	22
2.5 Model Penelitian.....	22

BAB III METODE PENELITIAN.....	23
3.1 Desain Penelitian	23
3.2 Jenis dan Sumber Data	23
3.2.1 Jenis Data.....	23
3.2.2 Sumber Data	24
3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	24
3.3.1 Populasi	24
3.3.2 Sampel	25
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel	25
3.4 Unit Analisis	26
3.5 Definisi Operasional Variabel	26
3.5.1 Variabel Dependen (Y).....	26
3.5.1.1 Variabel Keputusan Pelanggan (Y)	26
3.5.2 Variabel Independen (X)	26
3.5.2.1 Variabel <i>Brand Image</i> (X ₁).....	26
3.5.2.2 Variabel <i>Brand Equity</i> (X ₂)	27
3.5.2.3 Variabel Pengalaman Pelanggan (X ₃)	29
3.6 Teknik Analisis Data	30
3.6.1 Uji Validitas.....	30
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	30
3.6.3 Analisis Diskriminan	31
BAB IV HASIL PENELITIAN	34
4.1 Karakteristik Responden	34
4.1.1 Karakteristik Responden Mcdonald's	34
4.1.2 Karakteristik Responden KFC	36
4.1.3 Karakteristik Responden AW.....	38
4.2 Hasil Uji Instrumen	40
4.2.1 Hasil Uji Validitas	40
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas	41
4.3 Hasil Analisis Diskriminan	41
BAB V PEMBAHASAN.....	46
5.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> (X ₁) Terhadap Keputusan Pelanggan (Y)	46
5.2 Pengaruh <i>Brand Equity</i> (X ₂) Terhadap Keputusan Pelanggan (Y)	46
5.3 Pengaruh Pengalaman Pelanggan (X ₃) Terhadap Keputusan Pelanggan (Y).....	47
5.4 Temuan Penelitian.....	47
5.5 Keterbatasan Penelitian	47
BAB VI PENUTUP.....	49
6.1 Kesimpulan.....	49
6.2 Saran.....	49
6.3 Implikasi Penelitian.....	50
DAFTAR PUSTAKA.....	51
LAMPIRAN	55

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3.1 Ukuran Skala Likert.....	24
Tabel 3.2 Operasional Variabel <i>Brand Image</i>	27
Tabel 3.3 Operasional Variabel <i>Brand Equity</i>	28
Tabel 3.4 Operasional Variabel Pengalaman Pelanggan.....	29
Tabel 3.5 Nilai <i>Alpha</i> Cronbach	31
Tabel 4.1 Hasil Validitas <i>Brand Image</i>	40
Tabel 4.2 Hasil Validitas <i>Brand Equity</i>	40
Tabel 4.3 Hasil Validitas Pengalaman Pelanggan	41
Tabel 4.4 Hasil Reliabilitas.....	41
Tabel 4.5 <i>Group Statistics</i>	42
Tabel 4.6 <i>Test of Equity of Group Means</i>	42
Tabel 4.7 <i>Test Results</i>	43
Tabel 4.8 <i>Wilks' Lambda</i>	43
Tabel 4.9 <i>Canonical Discriminant Function Coefficient</i>	44
Tabel 4.10 <i>Classification Results</i>	45
Tabel 4.11 Prediksi Loyalitas Responden	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian	22
Gambar 4.1 Jenis Kelamin Responden Mcdonald's	34
Gambar 4.2 Usia Responden Mcdonald's	34
Gambar 4.3 Pekerjaan Responden Mcdonald's	35
Gambar 4.4 Frekuensi Pembelian Responden Mcdonald's	35
Gambar 4.5 Jenis Kelamin Responden KFC	36
Gambar 4.6 Usia Responden KFC	36
Gambar 4.7 Pekerjaan Responden KFC	37
Gambar 4.8 Frekuensi Pembelian Responden KFC	37
Gambar 4.9 Jenis Kelamin Responden AW	38
Gambar 4.10 Usia Responden AW	38
Gambar 4.11 Pekerjaan Responden AW	39
Gambar 4.12 Frekuensi Pembelian Responden AW	39

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	37
Lampiran 2 Hasil Uji Instrumen	63
Lampiran 3 Data Karakteristik 120 Responden.....	71
Lampiran 4 Hasil Analisis Diskriminan	73