

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Rumusan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	6
1.5.1 Manfaat Teoritis	6
1.5.2 Manfaat Praktis	7
BAB II	8
LANDASAN TEORI.....	8
2.1 Perilaku konsumen	8
2.1.1 Pengertian Perilaku Konsumen	8
2.1.2 Faktor -faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	8
2.1.3 Model Perilaku Konsumen	10
2.2 Loyalitas.....	11
2.2.1 Definisi Loyalitas	11
2.2.2 Dimensi Loyalitas	12
2.3 Brand Experience	12
2.3.1 Definisi Brand Experience	12
2.3.2 Dimensi <i>Brand Experience</i>	13
2.4 Keragaman Produk.....	13
2.4.1 Definisi Keragaman Produk	13
2.4.2 Dimensi Keragaman Produk.....	13
Menurut Kotler dan Keller (2016) faktor-faktor yang mempengaruhi keragaman produk yaitu:	13
2.4.3 Dimensi Keragaman Produk.....	14

2.5 Kepuasan Pelanggan	14
2.5.1 Definisi Kepuasan Pelanggan	14
2.5.2 Dimensi Kepuasan Pelanggan	15
2.5.3 Dimensi Kepuasan Pelanggan	15
2.6 Penelitian Terdahulu	15
2.7 Hubungan Antar Variabel	21
2.7.1 Hubungan Brand Experience terhadap Kepuasan Pelanggan	21
2.7.2 Hubungan Keragaman Produk terhadap Kepuasan Pelanggan	21
2.7.3 Hubungan <i>Brand Experience</i> terhadap Loyalitas	22
2.7.4 Hubungan Keragaman Produk terhadap Loyalitas	22
2.7.5 Hubungan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas	22
2.7.6 Hubungan <i>Brand Experience</i> terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Pelanggan	23
2.7.7 Hubungan Keragaman Produk terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Pelanggan	23
2.8 Hipotesis Penelitian.....	23
2.9 Model Penelitian	24
BAB III	25
METODE PENELITIAN.....	25
3.1 Desain Penelitian.....	25
3.2 Jenis dan Sumber Data	25
3.2.1 Jenis Data	25
3.2.3 Sumber Data.....	25
3.2.3.1 Data Primer	25
3.2.3.2 Data Sekunder	26
3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sempel	26
3.4.1 Populasi.....	26
3.4.2 Sampel.....	26
3.4.3 Teknik pengambilan sampel.....	26
3.5 Unit Analisis	27
3.6 Definisi Operasional Variabel	27
3.6.1 Brand Experience (X1).....	27
3.6.2 Keragaman Produk (X2).....	27
3.6.3 Kepuasan Pelanggan (Z).....	27
3.6.4 Loyalitas (Y)	27

3.7 Teknik Analisis Data.....	30
3.7.1 Uji Validitas	30
3.7.2 Uji Reliabilitas	30
3.7.3 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	31
3.7.4 Uji Parsial (Uji t)	34
3.7.5 Analisis Koefisien Determinasi (<i>R</i>).....	34
BAB IV	35
HASIL PENELITIAN.....	35
4.1. Karakteristik Responden	35
4.1.1. Responden Berdasarkan Usia	35
4.1.2. Responden Berdasarkan Pendidikan.....	35
4.1.3. Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	36
4.1.4. Responden Berdasarkan Rata-rata Penghasilan.....	37
4.2. Uji Validitas	37
4.3. Uji Reliabilitas	40
4.4. Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	40
4.4.1. Analisis Jalur Tahap I.....	41
4.4.2. Analisis Jalur Tahap II	43
4.4.3. Analisis Jalur Gabungan Tahap I dan II	46
BAB V	49
PEMBAHASAN.....	49
5.1. Pembahasan Hasil Penelitian.....	49
5.1.1. Pengaruh Brand Experince (X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Z)	49
5.1.2. Pengaruh Keragaman Produk (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Z)	49
5.1.3. Pengaruh Brand Experince (X1) Terhadap Loyalitas (Z)	50
5.1.4. Pengaruh Keragaman Produk (X2) Terhadap Loyalitas (Y)	50
5.1.5. Pengaruh Kepuasan Pelanggan (Z) Terhadap Loyalitas (Y)	51
5.1.6. Pengaruh Brand Experince (X1) Terhadap Loyalitas (Y) Melalui Kepuasan Pelanggan (Z) 51	
5.1.7. Pengaruh Keragaman Produk (X2) Terhadap Loyalitas (Y) Melalui Kepuasan Pelanggan (Z) 52	
5.2. Temuan Penelitian.....	52
5.3. Keterbatasan Penelitian	53
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN.....	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3. 1 Skor Skala Likert.....	25
Tabel 3. 2 Operasional Variabel Keragaman Produk (X2).....	28
Tabel 3. 3 Nilai Alpha Cronbach.....	31
Tabel 4.1 Uji Validitas.....	38
Tabel 4.2 Uji Reliabilitas.....	40
Tabel 4.3 Nilai Koefisien Regresi dan Uji t Brand Experience dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	44
Tabel 4.4 Nilai Koefisien Determinasi Brand Experience dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	56
Tabel 4.6 Nilai Koefisien Regresi dan Uji t Brand Experience dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	57
Tabel 4.7 Nilai Koefisien Determinasi Brand Experience , Keragaman Produk dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas.....	57
Tabel 4.8 Hasil Perhitungan Pengaruh.....	57