

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMI	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
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	6
1. 3 Batasan Masalah.....	6
1. 4 Rumusan Masalah	6
1. 5 Tujuan Penelitian.....	7
1. 6 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	8
2. 1 Perilaku Konsumen	8
2. 2 <i>Customer Loyalty</i>	8
2.2.1 Tahapan-Tahapan <i>Customer Loyalty</i>	9
2.2.2 Faktor yang Mempengaruhi <i>Customer Loyalty</i>	10
2.2.3 Dimensi dan Indikator <i>Customer Loyalty</i>	10
2. 3 <i>Product Quality</i>	11
2.3.1 Faktor yang Mempengaruhi <i>Product Quality</i>	12
2.3.2 Dimensi dan Indikator <i>Product Quality</i>	13
2. 4 <i>Brand Trust</i>	14
2.4.1 Faktor yang Mempengaruhi <i>Brand Trust</i>	15
2.4.2 Dimensi dan Indikator <i>Brand Trust</i>	16
2. 5 Kepuasan Konsumen	17
2.5.1 Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	18
2.5.2 Dimensi dan Indikator Kepuasan Konsumen	19
2. 6 Penelitian Terdahulu	21
2. 7 Keterkaitan Hubungan Antar Variabel.....	29
2.7.1 Hubungan <i>Product Quality</i> (X1) Secara Parsial Terhadap Kepuasan Konsumen (Z).....	29
2.7.2 Hubungan <i>Brand Trust</i> (X2) Secara Parsial Terhadap Kepuasan Konsumen (Z).....	29
2.7.3 Hubungan <i>Product Quality</i> (X1) Secara Parsial Terhadap <i>Customer Loyalty</i> (Y).....	29
2.7.4 Hubungan <i>Brand Trust</i> (X2) Secara Parsial Terhadap <i>Customer Loyalty</i> (Y).....	30

2.7.5 Hubungan Kepuasan Konsumen (Z) Secara Parsial Terhadap <i>Customer Loyalty</i> (Y).....	30
2.7.6 Hubungan Tidak Langsung <i>Product Quality</i> (X1) Terhadap <i>Customer Loyalty</i> (Y) Melalui Kepuasan Konsumen (Z).....	30
2.7.7 Hubungan Tidak Langsung <i>Brand Trust</i> (X2) Terhadap <i>Customer Loyalty</i> (Y) melalui Kepuasan Konsumen (Z)	31
2.8 Hipotesis.....	31
2.9 Model Penelitian	32
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1 Rancangan Penelitian	33
3.2 Objek Penelitian	33
3.3 Tempat dan Penelitian	33
3.4 Populasi dan Sampel	33
3.4.1 Populasi	33
3.4.2 Sampel	33
3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel	34
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	34
3.6 Teknik Pengumpulan Data	37
3.7 Teknik Analisis Data.....	37
3.7.1 Uji Validitas.....	37
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	37
3.7.3 <i>Path Analysis</i>	38
3.7.4 Uji Parsial (Uji t)	40
3.7.5 Koefisien Determinasi (R^2)	40
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	41
4.1 Hasil Penelitian	41
4.1.1 Karakteristik Responden.....	41
4.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	42
4.2.1 Uji Validitas.....	42
4.2.3 Uji Reliabilitas	46
4.3 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	46
4.3.1 Analisis Jalur Tahap I.....	46
4.3.2 Analisis Jalur Tahap II.....	49
4.3.3 Analisis Jalur Gabungan Tahap I dan Tahap II	51
BAB V PEMBAHASAN	53
5.1 Pembahasan Hasil Penelitian	53
5.1.1 Pengaruh secara parsial <i>Product Quality</i> (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Z).....	53
5.1.2 Pengaruh secara parsial <i>Brand Trust</i> (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Z).....	53
5.1.3 Pengaruh secara parsial <i>Product Quality</i> (X1) terhadap <i>Customer Loyalty</i> (Y).....	54
5.1.4 Pengaruh secara parsial <i>Brand Trust</i> (X2) terhadap <i>Customer Loyalty</i> (Y)	54
5.1.5 Pengaruh secara parsial Kepuasan Konsumen (Z) terhadap <i>Customer Loyalty</i> (Y).....	55
5.1.6 Pengaruh <i>Product Quality</i> (X1) terhadap <i>Customer Loyalty</i> (Y) melalui Kepuasan Konsumen (Z).....	55

5.1.7 Pengaruh <i>Brand Trust</i> (X2) terhadap <i>Customer Loyalty</i> (Y) melalui Kepuasan Konsumen (Z).....	55
5.2 Temuan Penelitian.....	56
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	56
BAB VI PENUTUP.....	57
6.1 Kesimpulan.....	57
6.2 Saran.....	57
6.3 Implikasi Penelitian.....	58
DAFTAR PUSTAKA.....	59

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	35
Tabel 3.2 Skor Skala Likert	37
Tabel 3.3 Interpretasi Koefisien Korelasi.....	38
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Usia.....	41
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Pekerjaan	41
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Penghasilan /Bulan.....	42
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian /Bulan.....	42
Tabel 4.5 Uji Validitas <i>Product Quality</i> (X1).....	43
Tabel 4.6 Uji Validitas <i>Brand Trust</i> (X2).....	43
Tabel 4.7 Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Z).....	44
Tabel 4.8 Uji Validitas <i>Product Quality</i> (X1).....	45
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	46
Tabel 4.10 Nilai Koefisien Regresi dan Uji t <i>Product Quality</i> dan <i>Brand Trust</i> Terhadap Kepuasan Konsumen.....	47
Tabel 4.11 Nilai Koefisien Determinasi <i>Product Quality</i> dan <i>Brand Trust</i> Terhadap Kepuasan Konsumen.....	47
Tabel 4.12 Nilai Koefisien Regresi dan Uji t <i>Product Quality</i> dan <i>Brand Trust</i> dan Kepuasan Konsumen Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	49
Tabel 4.13 Nilai Koefisien Determinasi <i>Product Quality</i> , <i>Brand Trust</i> dan Kepuasan Konsumen Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	50
Tabel 4.14 Hasil Perhitungan Pengaruh.....	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Hasil Pra Survei <i>Product Quality</i> Pada Keripik Singkong Widury	2
Gambar 1.2 Hasil Pra Survei <i>Brand Trust</i> Pada Keripik Singkong Widury.....	3
Gambar 1.3 Hasil Pra Survei Kepuasan Pada Keripik Singkong Widury	3
Gambar 1.4 Hasil Pra Survei <i>Customer Loyalty</i> Pada Keripik Singkong Widury.	4
Gambar 2.1 Tahapan <i>Customer Loyalty</i>	9
Gambar 2.2 Faktor Kepuasan Pelanggan	19
Gambar 2.3 Model Penelitian	32
Gambar 3.1 Hubungan Kausal Sub-Struktural 1.....	38
Gambar 3.2 Hubungan Kausal Sub-Struktural 2.....	39
Gambar 3.3 Model Analisis Jalur.....	39
Gambar 4.1 Analisis Jalur Tahap 1	48
Gambar 4.2 Analisis Jalur Tahap II	51
Gambar 4.3 Analisis Jalur Gabungan Tahap I dan Tahap II.....	51

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Pra Survei	62
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian.....	64
Lampiran 3. Tabulasi Pre-Test 30 Responden	68
Lampiran 4. Tabulasi 160 Responden.....	71
Lampiran 5. Hasil Uji Validitas 30 Responden	83
Lampiran 6. Hasil Uji Reliabilitas 30 Responden.....	90
Lampiran 7. Hasil Uji Analisis Jalur.....	91
Lampiran 8. Hasil Uji Plagiasi	92