

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	vii
ABSTRAK.....	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Batasan Masalah.....	7
1.4 Rumusan Masalah.....	7
1.5 Tujuan Penelitian.....	7
1.6 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II.....	9
LANDASAN TEORI.....	9
2.1 Perilaku Konsumen.....	9
2.1.1 Faktor-Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen.....	9
2.2 Loyalitas Pelanggan.....	10
2.2.1 Dimensi dan Indikator Loyalitas Pelanggan.....	10
2.3 Kepuasan Konsumen.....	11
2.3.1 Dimensi dan Indikator Kepuasan Konsumen.....	11
2.4 Nilai Hedonik.....	12
2.4.1 Dimensi dan Indikator Nilai Hedonik.....	12

2.5 Nilai Utilitarian.....	13
2.5.1 Dimensi dan Indikator Nilai Utilitarian	14
2.6 Penelitian Terdahulu.....	14
2.7 Terkaitan Antara Variabel	14
2.7.1 Hubungan Nilai Utilitarian (X1) dengan Kepuasan Konsumen (Z).....	19
2.7.2 Hubungan Nilai Hedonik (X2) dengan Kepuasan Konsumen (Z).....	19
2.7.3 Hubungan Nilai Utilitarian (X1) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).....	20
2.7.4 Hubungan Nilai Hedonik (X2) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	20
2.7.5 Hubungan Kepuasan Konsumen (Z) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	20
2.7.6 Hubungan Nilai Utilitarian (X1) dengan Loyalitas Pelanggan (Y) melalui Kepuasan Konsumen (Z)	21
2.7.7 Hubungan Nilai Hedonik (X2) dengan Loyalitas Pelanggan (Y) melalui Kepuasan Konsumen (Z)	21
2.8 Hipotesis	21
2.9 Model Penelitian.....	22
BAB III.....	23
METODE PENELITIAN	23
3.1 Jenis Penelitian	23
3.2 Jenis dan Sumber Data	23
3.2.1 Jenis Data.....	23
3.2.2 Sumber Data	23
3.3 Tempat dan Penelitian	24
3.4 Populasi dan Sampel.....	24
3.4.1 Populasi.....	24
3.4.2 Sampel	24
3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel	25
3.5 Definisi Operasional Variabel	25
3.6 Teknik Pengumpulan Sampel.....	29
3.7 Teknik Analisis Data	30
3.7.1 Uji Validitas	30
3.7.2 Uji Realiabilitas	31
3.7.3 Analisis Jalur Path	32
3.7.4 Uji Parsial (Uji t).....	35

3.7.5 Koefisien Determinasi	35
BAB IV.....	37
4.1 Hasil Penelitian.....	37
4.1.1 Karakteristik Responden.....	37
4.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	39
4.2.1 Uji Validitas.....	39
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	42
4.3 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	43
4.3.1 Analisis Jalur Tahap I	43
4.3.2 Analisis Jalur Tahap II.....	45
4.3.3 Analisis Jalur Tahap I dan II.....	48
BAB V	51
PEMBAHASAN.....	51
5.1 Pembahasan Hasil Penelitian.....	51
5.1.1 Pengaruh Nilai Utilitarian (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Z).....	51
5.1.2 Pengaruh Nilai Hedonik (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Z).....	51
5.1.3 Pengaruh Nilai Utilitarian (X1) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	52
5.1.4 Pengaruh Nilai Hedonik (X2) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).....	52
5.1.5 Pengaruh Kepuasan Konsumen (Z) Terhadap Loyalitas Pelanggan(Y).....	52
5.1.6 Pengaruh Nilai Utilitarian (X1) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) Melalui Kepuasan Konsumen (Z)	53
5.1.7 Pengaruh Nilai Hedonik (X2) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) Melalui Kepuasan Konsumen (Z)	53
5.2 Temuan Penelitian	54
5.3 Keterbatasan Penelitian	54
BAB VI.....	55
PENUTUP	55
6.1 Kesimpulan.....	55
6.2 Saran	56
6.3 Implikasi Penelitian	56
DAFTAR PUSTAKA.....	58

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 3. 1 Definsi Operasional Variabel	27
Tabel 3. 2 Skor Tabel Likert.....	30
Tabel 3. 3 Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai r (Cronbach Alpa)	32
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Usia	37
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Pendidikan	37
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	38
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Penghasilan /Bulan	38
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian /Bulan	39
Tabel 4. 6 Uji Validitas	40
Tabel 4. 7 Hasil Pengujian Reliabilitas	42
Tabel 4.8 Nilai Koefisien Regresi dan Uji t Nilai Utilitarian dan Nilai Hedonik Terhadap Kepuasan Konsumen	43
Tabel 4. 9 Nilai Koefisien Deteerminasi Nilai Utilitarian dan Nilai Hedonik Terhadap Kepuasan Konsumen	44
Tabel 4. 10 Nilai Koefesien Regresi dan Uji t Nilai Utilitarian, Nilai Hedonik, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Hasil Pra Survei Nilai Utilitarian Pada UNIQLO.....	2
Gambar 1. 2 Hasil Pra Survei Nilai Hedonik Pada UNIQLO	3
Gambar 1. 3 Hasil Pra Survei Kepuasan Konsumen Pada UNILQO.....	3
Gambar 1. 4 Hasil Pra Survei Loyalitas Pelanggan Konsumen Pada UNIQLO	4
Gambar 2. 1 Model Penelitian.....	22
Gambar 3. 1 Hubungan Kausal Sub-Struktural 1	33
Gambar 3. 2 Hubungan Kausal Sub-Struktural 2	33
Gambar 3. 3 Model Analisis Jalur	34
Gambar 4. 1 Analisis Jalur Tahap 1	45
Gambar 4. 2 Tahap II Analisis Jalur.....	48
Gambar 4. 3 Analisis Jalur Tahap I dan II.....	48

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 KUESIONER PRA SURVEY	61
Lampiran 2 KUESIONER PENELITIAN	62
Lampiran 3 Tabulasi Pre-Test 30 Responden.....	67
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas 30 Responden.....	69
Lampiran 5 Hasil Uji Realibilitas 30 Responden	75
Lampiran 6 Tabulasi 160 Responden	76
Lampiran 7 Hasil Uji Analisis Jalur	88