

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vi
PERSRETUJUAN PUBLIKASI.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACK	xvii
INTISARI.....	xviii
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar belakang penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1	Landasan Teori	10
2.1.1	<i>Customer delight</i>	10
2.1.2	<i>Brand Trust</i>	11
2.1.3	<i>Brand Preference</i>	13
2.1.4	<i>Customer Loyalty</i>	16
2.2	Kajian Pustaka dan Pengembangan Hipotesis	17
2.2.1	Hubungan <i>Customer Delight</i> dengan <i>Brand Preference</i>	17
2.2.2	Hubungan <i>Brand Trust</i> dengan <i>Brand Preference</i>	18
2.2.3	Hubungan <i>Customer Delight</i> dengan <i>Customer Loyalty</i>	19
2.2.4	Hubungan <i>Brand Trust</i> dengan <i>Customer Loyalty</i>	20
2.2.5	Hubungan <i>Brand Preference</i> dengan <i>Customer Loyalty</i>	21
2.3	Kerangka Pemikiran	22

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Jenis Penelitian	23
3.2	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	23
3.2.1	Variabel Penelitian.....	23
3.2.2	Definisi Operasional	24
3.3	Populasi dan Sampel.....	26
3.3.1	Populasi	26
3.3.2	Sampel	27
3.4	Sumber dan Metode Pengumpulan data	27
3.4.1	Sumber Data	27

3.4.2 Metode Pengumpulan Data	28
3.5 Metode Analisis Data	28
3.5.1 Analisis Data Kuantitatif	28
3.5.1.1 Uji Validitas	29
3.5.1.2 Uji Reliabilitas.....	30
3.5.1.3 Uji Asumsi Klasik	30
3.5.1.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	32
3.5.1.5 Pengujian Hipotesis	33
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Responden	36
4.1.1 Karakteristik Responden berdasarkan Usia	36
4.1.2 Karakteristik Responden berdasarkan Uang Saku Per bulan.....	37
4.2 Deskriptif variabel.....	38
4.2.1 Variabel <i>Customer Delight</i> (CD).....	39
4.2.2 Variabel <i>Brand Trust</i> (BT).....	42
4.2.3 Variabel <i>Brand Preference</i> (BP).....	44
4.2.4 Variabel <i>Customer Loyalty</i> (CL).....	47
4.3 Uji Instrumen	48
4.3.1 Uji Validitas	48
4.3.2 Uji Reliabilitas	51
4.4 Uji Asumsi Klasik	52
4.4.1 Uji Normalitas.....	52
4.4.2 Uji Multikolinearitas	54

4.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	55
4.4.4 Analisis Regresi Berganda	56
4.4.5 Pengujian Hipotesis	58
4.4.5.1 Uji Hipotesis t.....	58
4.4.5.2 Uji Model Regresi F.....	60
4.4.5.3 Uji Koefisien Determinasi (Uji R ²).....	60
4.4.5.4 Uji Sobel.....	61
4.5 Pembahasan.....	63
4.5.1 pengaruh <i>Customer Delight</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	63
4.5.2 Pengaruh <i>Brand Trust</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	64
4.5.3 Pengaruh <i>Customer Delight</i> Terhadap <i>Brand Preference</i>	65
4.5.4 Pengaruh <i>Brand Trust</i> Terhadap <i>Brand Preference</i>	66
4.5.5 Pengaruh <i>Brand Preference</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	67

BAB V PENUTUP

5.1 Simpulan	69
5.2 Saran.....	70
5.3 Keterbatasan Penelitian dan Agenda Penelitian Mendatang.....	71

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	25
Tabel 4.1 Deskripsi Usia Responden	36
Tabel 4.2 Deskripsi Uang Saku Perbulan	37
Tabel 4.3 Deskripsi Variabel Customer Delight	40
Tabel 4.4 Deskripsi Variabel Brand Trust	43
Tabel 4.5 Deskripsi Variabel Brand Preference.....	45
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel Customer Loyalty.....	47
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas.....	50
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliaibilitas.....	52
Tabel 4.9 Uji Normalitas.....	54
Tabel 4.10 Uji Multikolinearitas	55
Tabel 4.11 Uji Heteroskedastisitas.....	56
Tabel 4.12 Regresi Berganda	56
Tabel 4.13 Uji Sobel	62

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	22
Gambar 4.1 Grafik Normal P-P Plot.....	53
Gambar 4.2 Uji Mediasi Model 1	61
Gambar 4.3 Uji Mediasi Model 2	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Statistik Deskriptif