

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|---|---------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PENGESAHAN | ii |
| HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING..... | iii |
| PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI..... | iv |
| ABSTRAKSI | v |
| ABSTRACT | vi |
| HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN..... | vii |
| KATA PENGANTAR | viii |
| DAFTAR ISI | x |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| DAFTAR GAMBAR | xiv |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| 1.1 Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 5 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 6 |
| 1.4 Kegunaan Penelitian | 7 |
| | |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA | |
| 2.1 Landasan Teori..... | 8 |
| 2.1.1 Loyalitas Pelanggan | 8 |
| 2.1.2 <i>Consumer Involvement</i> | 10 |

| | | |
|---|---|----|
| 2.1.3 | <i>Brand Image</i> | 13 |
| 2.1.4 | Kepercayaan | 15 |
| 2.2 | Hubungan antar variabel | 20 |
| 2.2.1 | Pengaruh <i>Consumer Involvement</i> terhadap Kepercayaan | 20 |
| 2.2.2 | Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Kepercayaan | 21 |
| 2.2.3 | Pengaruh <i>Consumer Involvement</i> terhadap Loyalitas Pelanggan | 22 |
| 2.2.4 | Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Loyalitas Pelanggan ... | 24 |
| 2.2.5 | Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan ... | 24 |
| 2.3 | Kerangka Pemikiran Teoritis | 26 |
| BAB III METODE PENELITIAN | | |
| 3.1 | Jenis Penelitian..... | 27 |
| 3.2 | Populasi dan Sampel | 27 |
| 3.3 | Jenis dan sumber data..... | 29 |
| 3.4 | Metode Pengumpulan Data..... | 29 |
| 3.5 | Defiisi operasional dan Pengukuran Variabel..... | 31 |
| 3.6 | Metode Analisis | 32 |
| 3.6.1 | Analisis Deskriptif Variabel | 32 |
| 3.6.2 | Analisis Kuantitatif | 32 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | | |
| 4.1 | Deskripsi Obyek Penelitian..... | 38 |
| 4.1.1 | Gambaran Umum Responden | 38 |
| 4.1.2 | Uji Validitas dan Reliabilitas | 40 |
| 4.1.3 | Analisis Deskriptif Variabel | 41 |

| | | |
|---------|---|----|
| 4.2 | Hasil Penelitian | 46 |
| 4.2.1 | Uji Asumsi Klasik | 46 |
| 4.2.2 | Metode Path Analysis | 49 |
| 4.2.2.1 | Persamaan Reegresi | 49 |
| 4.2.2.2 | Pengujian Hipotesis | 51 |
| 4.2.2.3 | Uji Koefisien Determinasi | 53 |
| 4.2.2.4 | Uji Sobel Test | 54 |
| 4.3 | Pembahasan..... | 56 |
| 4.3.1 | Pengaruh <i>Consumer Involvement</i> terhadap Kepercayaan | 56 |
| 4.3.2 | Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Kepercayaan | 57 |
| 4.3.3 | Pengaruh <i>Consumer Involvement</i> terhadap Loyalitas Pelanggan | 58 |
| 4.3.4 | Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Loyalitas Pelanggan ... | 59 |
| 4.3.5 | Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan ... | 60 |
| 4.3.6 | Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung | 62 |

BAB V PENUTUP

| | | |
|-----|-------------------------------------|----|
| 5.1 | Kesimpulan | 63 |
| 5.2 | Implikasi Manajerial | 64 |
| 5.3 | Keterbatasan Penelitian | 65 |
| 5.4 | Agenda Penelitian Selanjutnya | 66 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

| No. | Halaman |
|---|---------|
| 1.1 Data Tamu yang Menginap Wisma Mustika 9 Syariah Demak Periode 2013-2017 | 3 |
| 3.1 Definisi Operaional Variabel | 31 |
| 4.1. Karakteristik Respponden | 38 |
| 4.2. Uji Validitas Indikator Variabel | 40 |
| 4.3. Uji Reliabilitas Variabel | 41 |
| 4.4. Rentang Skala Tanggapan Responden..... | 42 |
| 4.5. Tanggapan Responden Tentang <i>Consumer Involvement</i> | 42 |
| 4.6. Tanggapan Responden Tentang <i>Brand Image</i> | 43 |
| 4.7. Tanggapan Responden Tentang Kepercayaan..... | 44 |
| 4.8. Tanggapan Responden Tentang Loyalitas Pelanggan | 45 |
| 4.9. Uji Normalitas Data..... | 47 |
| 4.10. Uji Multikolonieritas | 48 |
| 4.11. Uji Heterokedastisitas (Glejser)..... | 48 |
| 4.12. Hasil Persamnaan Regresi Model 1 | 49 |
| 4.13. Hasil Persamaan Regresi Model 2..... | 50 |
| 4.14. Uji Koefisien Determinasi | 53 |

DAFTAR GAMBAR

| No. | Halaman |
|--|---------|
| 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis | 26 |
| 4.1. Efek Mediasi <i>Consumer Involvement</i> terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepercayaan | 54 |
| 4.2. Efek Mediasi <i>Brand Image</i> terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepercayaan | 55 |