

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Halaman Pengesahaan	ii
Pernyataan Keaslian Skripsi	iii
Abstrak	iv
Abstract	v
Halaman Motto dan Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xiv
Daftar Gambar	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian	10
1.4. Manfaat Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1. <i>Brand Image</i>	12

2.2	Kepuasan Konsumen	14
2.3.	Loyalitas Pelanggan.....	16
2.4.	Hubungan Antar Variabel	17
2.4.1	Hubungan antara <i>Brand Image</i> terhadap Loyalitas Pelanggan	17
2.4.2	Hubungan antara <i>Brand Image</i> terhadap Kepuasan Konsumen	18
2.4.3	Hubungan antara Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan.....	19
2.5.	Penelitian Terdahulu.....	21
2.6.	Kerangka Pikir.....	22
2.7.	Hipotesis.....	23

BAB III METODE PENELITIAN

3.1.	Jenis Penelitian	24
3.2.	Lokasi Penelitian	24
3.3.	Populasi dan Sampel	24
3.3.1	Populasi	24
3.3.2	Sampel	25
3.3.3	Teknik Pengambilan Sampel	26
3.4.	Jenis dan Sumber Data	26
3.4.1	Sumber Data	26
3.4.1.1	Data Primer	26

3.4.2.2 Data Sekunder	27
3.4.2 Metode Pengumpulan Data	27
3.5. Uji Kualitas Data	28
3.5.1 Uji Validitas	28
3.5.2 Uji Reliabilitas	29
3.6. Teknik Analisis Data	30
3.6.1 Metode <i>Partial Leas Square</i> (PLS)	30
3.6.2 Kegunaan Metode <i>Partial Leas Square</i> (PLS)	31
3.6.3 Pegukuran Metode <i>Partial Leas Square</i> (PLS)	31
3.6.4 Model Spesifikasi PLS	32
3.6.5 Evaluasi PLS	35

BAB IV HASI DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian	39
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	49
4.1.2 Gambaran Umum Produk	43
4.1.3 Gambaran Umum Responden	44
4.1.3.1 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
4.1.3.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia	45
4.1.3.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	46

4.1.3.4	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Penghasilan.....	47
4.1.3.5	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Lamanya Menjadi Pelanggan.	48
4.2.	Analisis Statistik Deskriptif	49
4.2.1	Distribusi Frekuensi	50
4.3.	Analisis Data	57
4.3.1	Outer Model atau Measurement Model.....	57
4.3.1.1	<i>Convergent Validity</i>	57
4.3.1.2	<i>Discriminant Validity</i>	59
4.3.1.3	Mengevaluasi Composite Reliability dan Average Variance Extracted.....	60
4.3.2	Pengujian Model Struktural (Inner Model).....	61
4.4.	Pengujian Hipotesis	63
4.4.1	Pengujian Hipotesis 1 (<i>Brand Image</i> berlangsung terhadap Kepuasan Konsumen)	64
4.4.2	Pengujian Hipotesis 2 (<i>Brand Image</i> berlangsung terhadap Loyalitas Pelanggan).....	64
4.4.3	Pengujian Hipotesis 3 (Kepuasan Konsumen berlangsung terhadap Loyalitas Pelanggan).....	64
4.5.	Pengaruh Antar Variabel	65
4.5.1	Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Kepuasan Konsumen.....	65

4.5.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Loyalitas Pelanggan.....	66
4.5.3 Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan	68
4.6. Pembahasan	69
4.7. Hubungan Langsung dan Tak Langsung	70

BAB IV PENUTUP

5.1 Kesimpulan	72
5.2 Saran	73
5.3 Keterbatasan Penelitian	75

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN