

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING .....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iiv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAKSI.....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat.....	7
2.1. Kepuasan Konsumen .....	9
2.2. Kepercayaan .....	11
2.3. Loyalitas Pelanggan.....	15
2.4. Hubungan Antar Variabel.....	21
2.4.1. Hubungan Kepuasan Konsumen dengan Kepercayaan Kognitif	21

2.4.2.	Hubungan Kepuasan Konsumen dengan Kepercayaan Afektif	22
2.4.3.	Hubungan Kepuasan terhadap Perilaku Loyalitas Pelanggan	23
2.4.4.	Hubungan Kepercayaan Kognitif dengan Perilaku Loyalitas Pelanggan	24
2.4.5.	Hubungan Kepercayaan Afektif dengan Perilaku Loyalitas Pelanggan	25
2.4.6.	Hubungan Kepuasan Konsumen terhadap Sikap Loyalitas Pelanggan	27
2.4.7.	Hubungan Kepercayaan Kognitif dengan Sikap Loyalitas Pelanggan	28
2.4.8.	Hubungan Kepercayaan Afektif dengan Sikap Loyalitas Pelanggan	30
2.5.	Model Empirik Penelitian.....	31
BAB III METODE PENELITIAN.....		33
3.1.	Jenis Penelitian .....	33
3.2.	Populasi dan Sampel.....	33
3.3.	Metode Pengumpulan Data .....	35
3.4.	Jenis dan Sumber Data .....	35
3.5.	Definisi dan Pengukuran Variabel.....	36
3.6.	Uji Instrumen.....	37
3.7.	Metode Analisis Data .....	38

4.1.	Deskripsi Obyek Penelitian .....	44
BAB V PENUTUP.....		86
5.1.	Kesimpulan.....	86
5.2.	Saran .....	88
5.3.	Keterbatasan Penelitian .....	88
5.4.	Agenda Penelitian Mendatang.....	89
DAFTAR PUSTAKA .....		90
LAMPIRAN		

## DAFTAR TABEL

No.	Halaman
<i>Market Share</i> Teh Siap Minum Tahun 2009-2013 .....	4
Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	36
4.1 Uji validitas KMO.....	44
4.2 Componen Matrix Indikator Variabel.....	45
4.3 Uji reliabilitas variabel.....	46
4.4 Tanggapan Responden terhadap Variabel Kepuasan Konsumen.....	48
4.5 Tanggapan Responden terhadap Variabel Kepercayaan Kognitif .....	49
4.6 Tanggapan Responden terhadap Variabel Kepercayaan Afektif .....	50
4.7 Tanggapan Responden terhadap Variabel Perilaku Loyalitas Pelanggan	52
4.8 Tanggapan Responden terhadap Variabel Sikap Loyalitas Pelanggan ...	53
4.9 Uji normalitas data .....	54
4.10 Uji multikolinieritas .....	56
4.11 Uji heteroskedastisitas (Uji Glejser) .....	57
4.12 Hasil Persamaan Kepuasan Konsumen terhadap Kepercayaan Kognitif .....	58
4.13 Hasil Persamaan Kepuasan Konsumen terhadap Kepercayaan Afektif..	59
4.14 Hasil Persamaan Pengaruh Kepuasan Konsumen, Kepercayaan Afektif, Kepercayaan Kognitif terhadap Perilaku Loyalitas Pelanggan.....	59
4.15 Hasil Persamaan Pengaruh Kepuasan Konsumen, Kepercayaan Afektif, Kepercayaan Kognitif terhadap Sikap Loyalitas Pelanggan.....	61
4.16 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung (Tahap 1, 2, 3 dan 4).....	68
4.17 Uji model.....	71
4.18 Uji koefisien determinasi .....	73

## DAFTAR GAMBAR

Halaman

2.1	Kerangka Pemikiran .....	31
4.1	Analisis Jalur Mediasi .....	67