

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN TESIS.....	i
SURAT PERNYATAAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN TESIS	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	4
1.3 Batasan Masalah.....	5
1.4 Rumusan Masalah	5
1.5 Tujuan	6
1.6 Manfaat	7
1.7 Ruang Lingkup Perancangan.....	8
1.8 Kerangka Penulisan	8
BAB II	11
TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Loyalitas Pelanggan	11
2.1.2 Kepuasan Pelanggan.....	12
2.1.3 Nilai yang dirasakan (<i>Perceived Value</i>).....	14

2.1.4	Citra Merek	15
2.1.5	Kualitas Layanan	17
2.1.6	Promosi.....	19
2.2	Penelitian Terdahulu.....	21
2.3	Hubungan antar Variabel.....	27
2.3.1	Pengaruh Citra Merek terhadap Nilai yang Dirasakan.....	27
2.3.2	Pengaruh Citra Merek terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan 27	
2.3.3	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Nilai yang Dirasakan...	28
2.3.4	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan.....	28
2.3.5	Pengaruh Promosi terhadap Nilai yang Dirasakan	29
2.3.6	Pengaruh Promosi terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan.....	30
2.3.7	Pengaruh tentang Nilai yang Dirasakan dengan Tingkat Kepuasan Pelanggan.....	30
2.3.8	Pengaruh tentang Tingkat Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan	31
2.4	Kerangka Pemikiran.....	31
2.5	Pengembangan Hipotesis	33
BAB III.....		38
METODE PENELITIAN		38
3.1	<i>Design</i> Penelitian	38
3.2	Populasi dan Sampling.....	38
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.4	Variabel Penelitian dan Operasionalisasi Variabel	41
3.4.1	Variabel bebas (Independent variabel).....	42
3.4.2	Variabel terikat (<i>Dependent variabel</i>).....	44
3.4.3	Variabel <i>Intervening</i>	45
3.5	Teknik Analisis Data	47
BAB IV		52
ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....		52
4.1	Subyek Penelitian	52

4.2	Obyek Penelitian.....	55
4.3	Analisis Data	62
4.3.1	Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	62
4.3.2	Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	71
4.3.3	Pembahasan dan Diskusi Hasil Hipotesis	79
BAB V.....		84
PENUTUP		84
5.1	Kesimpulan	84
5.2	Implikasi.....	86
5.3	Keterbatasan Penelitian	87
5.4	Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA		90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	33
Gambar 4.1 Model Analisa SmartPLS	62
Gambar 4.2 Model Analisa SmartPLS dengan Bootstrapping.....	75

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 3.1 Independent variabel	43
Tabel 3.2 Dependent variabel	45
Tabel 3.3 Intervening Variabel	46
Tabel 4.1 Profil Reponden Menurut Jenis Kelamin	53
Tabel 4.2 Profil Reponden Menurut Umur	53
Tabel 4.3 Profil Responden Menurut Domisil.....	54
Tabel 4.4 Profil Responden Menurut Frekuensi Penggunaan.....	55
Tabel 4.5 Hasil Reponden Terhadap Citra Merek	56
Tabel 4.6 Hasil Reponden Terhadap Kualitas Layanan	57
Tabel 4.7 Hasil Reponden Terhadap Promosi.....	58
Tabel 4.8 Hasil Reponden Terhadap Nilai Yang Dirasakan.....	59
Tabel 4.9 Hasil Reponden Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	60
Tabel 4.10 Hasil Reponden Terhadap Loyalitas Pelanggan	61
Tabel 4.11 Outer Loadings (Measurement Model).....	63
Tabel 4.12 Outer Loadings (Measurement Model).....	65
Tabel 4.13 Cross Loading.....	67
Tabel 4.14 Average Variance Extracted	68
Tabel 4.15 Nilai korelasi antar variabel dengan nilai akar kuadrat AVE.....	69
Tabel 4.16 Composite Reliability	70
Tabel 4.17 Cronbach's Alpha	71
Tabel 4.18 R-Square	72
Tabel 4.19 Hasil Path Coefficients.....	75

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	95
Lampiran 2 Hasil Analisis PLS Sebelum Eliminasi Variabel.....	97
Lampiran 3 Outer Loading Sebelum Eliminasi Variabel	97
Lampiran 4 Hasil Analisis PLS.....	99
Lampiran 5 <i>Outer Loading</i>	99
Lampiran 6 <i>Cross Loading</i>	100
Lampiran 7 <i>Construct Reliability and Validity</i>	100
Lampiran 8 <i>Discriminant Validity</i>	101
Lampiran 9 <i>R-Square</i>	101
Lampiran 10 Hasil Analisis PLS dengan Bootstrapping.....	101
Lampiran 11 <i>Path Coefficients</i>	102