

DAFTAR ISI

Halaman

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Kegunaan Penelitian	12
1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN	
HIPOTESIS	14
2.1 Tinjauan Pustaka	14
2.1.1 <i>Service Quality</i>	14
2.1.1.1 Pengertian Jasa.....	14
2.1.1.2 Pengertian Kualitas (<i>Quality</i>)	16
2.1.1.3 Pengertian <i>Service Quality</i>	18
2.1.1.4 Dimensi <i>Service Quality</i>	21
2.1.2 <i>Customer Satisfaction</i>	22
2.1.2.1 Pengertian Pelanggan (<i>Customer</i>).....	22
2.1.2.2 Pengertian <i>Customer Satisfaction</i>	23
2.1.2.3 Dimensi <i>Customer Satisfaction</i>	25
2.1.3 <i>Brand Preference</i>	25
2.1.3.1 Pengertian Merek (<i>Brand</i>).....	25
2.1.3.2 Pengertian <i>Brand Preference</i>	26
2.1.3.3 Dimensi <i>Brand Preference</i>	29
2.1.4 <i>Brand Loyalty</i>	29
2.1.4.1 Pengertian <i>Brand Loyalty</i>	29
2.1.4.2 Dimensi <i>Brand Loyalty</i>	31
2.1.5 Penelitian Terdahulu	31
2.2 Kerangka Pemikiran	35
2.3 Hipotesis.....	41
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	42
3.1 Objek Penelitian	42
3.2 Metode Penelitian.....	42
3.2.1 Operasional Variabel	42
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data	45
3.2.2.1 Jenis Data	45
3.2.2.2 Populasi Sasaran.....	45

3.2.2.3 Penentuan Sampel	46
3.2.2.4 Teknik Sampling	46
3.2.3 Metode Pengumpulan Data	47
3.3 Model Penelitian	48
3.4 Teknik Analisis Data	48
3.4.1 Pengembangan Model Teoritis	49
3.4.2 Pengembangan Diagram Jalur (Path Diagram)	50
3.4.3 Konversi Path Dalam Diagram	51
3.4.4 Memilih Matriks Input dan Persamaan Model	52
3.4.5 Kemungkinan Munculnya Masalah Identifikasi	53
3.4.6 Evaluasi Asumsi SEM	53
3.4.7 Evaluasi Kinerja Goodness of Fit	53
3.4.8 Uji Validitas dan Reliabilitas	55
3.4.9 Evaluasi Atas Regretion Weight sebagai Penguji Hipotesis ..	55
3.4.10 Hipotesis Statistika	56
3.4.11 Interpretasi dan Modifikasi Model	56
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	57
4.1 Hasil Penelitian	57
4.1.1 Analisis Deskriptif Respon.....	57
4.1.2 Analisis Deskriptif Variabel	59
4.1.2.1 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Service Quality</i>	60
4.1.2.2 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	64
4.1.2.3 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Brand Preference</i>	67
4.1.2.4 Frekuensi Jawaban Variabel <i>Brand Loyalty</i>	70
4.1.3 Uji Asumsi Structural Equation Model (SEM).....	73
4.1.3.1 Ukuran Sampel	73
4.1.3.2 Normalitas Data.....	73
4.1.3.3 <i>Outliers</i>	74
4.1.3.4 Multicolinearity dan Singularity.....	74
4.1.3.5 Data Interval.....	75
4.1.4 Uji Kelayakan Model	75
4.1.4.1 Uji Kelayakan Model Struktural (Analisis Faktor Konfirmatori/Confirmatory Factor Analysis)	75
4.1.4.2 Uji Kelayakan Model.....	80
4.1.4.3 Interpretasi dan Modifikasi Model	81
4.1.5 Uji Validasi dan Reliabilitas	82
4.1.5.1 Uji Validitas	82
4.1.5.2 Uji Reliabilitas.....	83
4.1.6 Pengujian Hipotesis	84
4.2 Pembahasan.....	87
4.2.1 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	90
4.2.2 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i>	91
4.2.3 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Brand Preference</i> ..	92
4.2.4 Pengaruh <i>Brand Preference</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i>	93
4.2.5 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i> melalui <i>Brand Preference</i>	94

BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	96
5.1 Simpulan.....	96
5.2 Saran.....	99
DAFTAR PUSTAKA.....	102