

## DAFTAR ISI

<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian .....	9
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian.....	9
1. Tujuan Penelitian .....	9
2. Kontribusi Penelitian .....	10
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKAN, RERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS</b>	
A. Kajian Pustaka .....	11
1. Pemasaran .....	11
a. Pengertian Pemasaran .....	11
b. Fungsi Pemasaran .....	12
2. Manajemen Pemasaran .....	12
3. Perilaku Konsumen .....	13
a. Pengertian Perilaku Konsumen .....	13
b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	14
4. Loyalitas Konsumen .....	16
a. Pengertian Loyalitas Konsumen .....	16
b. Ukuran Loyalitas Konsumen .....	17
c. Jenis Loyalitas Konsumen .....	18

d. Tahap – Tahap Loyalitas .....	19
e. Dimensi Loyalitas Kosumen .....	20
<b>5. Citra Merek .....</b>	<b>20</b>
a. Pengertian Merek .....	20
b. Proses Pembuatan Merek .....	21
c. Pengertian Citra Merek .....	22
d. Strategi Pengukuran Citra Merek .....	23
e. Dimensi Citra Merek .....	24
<b>6. Kepercayaan .....</b>	<b>25</b>
a. Pengertian Kepercayaan .....	25
b. Dimensi Kepercayaan .....	26
<b>7. Kualitas Produk .....</b>	<b>27</b>
a. Pengertian Produk .....	27
b. Sifat Produk .....	28
c. Klasifikasi Produk .....	28
d. Pengertian Kualitas Produk .....	31
e. Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk .....	33
f. Dimensi Kualitas Produk .....	33
<b>8. Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>35</b>
<b>B. Pengembangan Hipotesis .....</b>	<b>36</b>
1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen .....	36
2. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen .....	37
3. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen .....	38

### **BAB III METODE PENELITIAN**

<b>A. Waktu dan Tempat Penelitian .....</b>	<b>40</b>
<b>B. Desain Penelitian .....</b>	<b>40</b>
<b>C. Definisi dan Operasional Variabel .....</b>	<b>40</b>
1. Variabel Penelitian .....	40
2. Operasional Variabel .....	42
<b>D. Pengukuran Variabel .....</b>	<b>44</b>
<b>E. Populasi dan Sampel Penelitian .....</b>	<b>45</b>

1. Populasi Penelitian .....	45
2. Sampel Penelitian .....	45
<b>F. Teknik Pengumpulan Data .....</b>	<b>46</b>
<b>G. Metode Analisis Data .....</b>	<b>47</b>
1. Uji Statistik Deskriptif .....	47
2. SEM ( <i>Structural Equation Modeling</i> ) .....	47
a. Pengertian SEM ( <i>Structural Equation Modeling</i> ) .....	47
b. PLS ( <i>Partial Least Square</i> ).....	47
c. Evaluasi Model dalam PLS-SEM .....	48
1) Evaluasi <i>Measurement Model (Outer Modeling)</i> .....	49
2) Model Struktural atau Uji Hipotesis ( <i>Inner Model</i> ) .....	50
3) CFA dan EFA .....	52
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
<b>A. Gambaran Umum .....</b>	<b>54</b>
1. Sejarah PT Wings Food .....	54
2. Visi dan Misi PT Wings Food .....	55
3. Struktur Organisasi PT Wings Food .....	55
4. Tugas dan Tanggung Jawab .....	56
5. Karakteristik Profil Responden.....	58
a. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	58
b. Deskripsi Reponden Berdasarkan Usia .....	59
c. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	60
d. Deskripsi Responden Berdasarkan Konsumsi Mie Sedaap Instan dalam 1 Bulan .....	61
e. Deskripsi Responden Berdasarkan Pernah Mengkonsumsi Mie Sedaap Instan .....	62
<b>B. Hasil Uji Statistik Deskriptif .....</b>	<b>63</b>
<b>C. Analisis SEM Menggunakan SmartPLS .....</b>	<b>64</b>
1. Evaluasi <i>Outer Model</i> .....	64
a. Uji Validitas I .....	64
b. Uji Average Variance Extracted (AVE) I .....	66

c. Uji Validitas Driskiminan I .....	66
d. Uji Reliabilitas I .....	67
e. Uji Validitas II .....	68
f. Uji Average Variance Extracted (AVE) II .....	70
g. Uji Validitas Diskriminan II .....	70
h. Uji Reliabilitas II .....	71
2. <i>Inner Model</i> (Model Struktural) .....	72
a. R Square ( $R^2$ ) .....	73
b. Effect Size ( $F^2$ ) .....	73
c. Nilai Relevansi Prediktif ( $Q^2$ ) .....	74
d. Uji Hipotesis .....	74
<b>D. Pembahasan Hasil Penelitian</b>	
1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen .....	76
2. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen .....	76
3. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen .....	77
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Simpulan .....	78
B. Saran .....	78
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	80
<b>LAMPIRAN</b> .....	84