

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER	i
HALAMAN JUDUL	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
LEMBAR PENGESAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1.Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	10
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
BAB II	13
KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	13
2.1 Kajian Pustaka	13
2.2 Brand Image.....	13
2.2.1 Tinjauan tentang Brand Image.....	13
2.2.2 Dimensi Brand Image	15
2.3 Perceived Quality.....	17
2.3.1 Pengertian Perceived Quality.....	17
2.3.2 Dimensi Perceived Quality	18
2.4 Kepuasan Pelanggan	19
2.4.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan	19
2.4.2 Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	21
2.4.3 Dimensi Kepuasan Pelanggan.....	23
2.5 Minat Beli Ulang.....	23

2.5.1 Pengertian Minat Beli Ulang.....	23
2.5.2 Dimensi Minat Beli Ulang	26
2.6 Penelitian Terdahulu	27
2.6.1 Keterkaitan Brand Image dengan Kepuasan Pelanggan	32
2.6.2 Keterkaitan Perceived Quality dengan Kepuasan Pelanggan	33
2.6.3 Keterkaitan Brand Image dengan Minat Beli Ulang.....	33
2.6.4 Keterkaitan Perceived Quality dengan Minat Beli Ulang.....	34
2.6.5 Keterkaitan Kepuasan Pelanggan dengan Minat Beli Ulang	34
2.7 Kerangka Pemikiran.....	35
2.8 Hipotesis Teori.....	35
BAB III.....	37
METODOLOGI PENELITIAN	37
3.1 Jenis Penelitian.....	37
3.2 Variabel Penelitian.....	38
3.2.1 Variabel Independen	38
3.2.2 Variabel Dependen.....	39
3.3 Definisi Operasional	39
3.4 Populasi dan Sampel	40
3.4.1 Populasi.....	40
3.4.2 Sampel.....	41
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.6 Rancangan Uji Validitas dan Reliabilitas	45
3.6.1 Uji Validitas	45
3.6.2 Uji Reliabilitas	46
3.7 Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis.....	48
3.8 Teknis Analisis Structural Equation Model (SEM)	58
3.8.1 Uji Kecocokan Keseluruhan Model SEM.....	58
3.8.2 Batasan Analisis SEM (Structural Equation Model)	60
3.9 Analisis Dimensi.....	61
BAB IV	63
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	63
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	63
4.2 Hasil Penelitian	65

4.2.1 Karakteristik Responden	65
4.2.2 Hasil Uji Coba Instrumen	68
4.2.3 Hasil Analisis Deskriptif	69
4.2.4 Hasil Analisis Inferensial	72
4.3 Pengujian Hipotesis.....	83
4.3.1 Analisis Pengaruh Antar Variabel.....	84
4.3.2 Hasil Pengujian Hipotesis	85
4.4 Pembahasan.....	88
4.4.1 Hubungan antara Brand Image terhadap Kepuasan Pelanggan	88
4.4.2 Hubungan antara Perceived Quality terhadap Kepuasan Pelanggan	92
4.4.3 Hubungan antara Brand Image terhadap Minat Beli Ulang.....	94
4.4.4 Hubungan antara Perceived Quality terhadap Minat Beli Ulang.....	96
4.4.5 Hubungan antara Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Beli Ulang	99
BAB V	101
KESIMPULAN DAN SARAN.....	101
5.1 Kesimpulan	101
5.2 Saran	102
DAFTAR PUSTAKA.....	104
LAMPIRAN.....	110

