

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	i
ABSTRAK.....	ii
ABSTRACT	iii
PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN ...	1
1.1. Latar Belakang Masalah ...	1
1.2. Identifikasi Masalah	5
1.3. Pembatasan Masalah.....	6
1.4. Perumusan Masalah ...	6
1.5. Tujuan Penelitian	7
1.6. Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1. Kerangka Teoritis	10
2.1.1 Citra Merek.....	10
2.1.1.1. Pengertian Citra	10

2.1.1.2. Pengertian Merek.....	11
2.1.1.3. Pengertian Citra Merek.....	15
2.1.1.4. Indikator Citra Merek.....	17
2.1.2. Kualitas Produk.....	19
2.1.2.1. Pengertian Kualitas.....	19
2.1.2.2. Pengertian Produk.....	21
2.1.2.3. Pengertian Kualitas Produk.....	23
2.1.2.4. Indikator Kualitas Produk.....	29
2.1.3. Kepuasan Pelanggan.....	31
2.1.3.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	31
2.1.3.2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.....	32
2.1.3.3. Mengukur Kepuasan Pelanggan.....	33
2.1.3.4. Indikator Kepuasan Pelanggan.....	36
2.1.4. Loyalitas Pelanggan.....	36
2.1.4.1. Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	36
2.1.4.2. Jenis-Jenis Loyalitas Pelanggan.....	38
2.1.4.3. Pelanggan yang Loyal.....	41
2.1.4.4. Indikator Loyalitas Pelanggan.....	43
2.1.5. Hubungan Antar Variabel.....	45
2.1.5.1. Hubungan Antara Citra Merek dengan Kepuasan Pelanggan...	45
2.1.5.2. Hubungan Antara Citra Merek dengan Loyalitas Pelanggan....	46
2.1.5.3. Hubungan Antara Kualitas Produk dengan Kepuasan Pelanggan.....	46

2.1.5.4. Hubungan Antara Kualitas Produk dengan Loyalitas	
Pelanggan	47
2.1.5.5. Hubungan Antara Kepuasan Pelanggan dengan Loyalitas	
Pelanggan	47
2.2. Penelitian Yang Relevan	48
2.3. Kerangka Pemikiran	50
2.4. Hipotesis Penelitian	52
BAB III METODE PENELITIAN	54
3.1. Lokasi Penelitian	54
3.2. Populasi Dan Sampel	54
3.2.1. Populasi	54
3.2.2. Sampel	54
3.3. Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional	56
3.3.1. Variabel Penelitian	56
3.3.2. Definisi Operasional.....	56
3.4. Metode Pengumpulan Data	57
3.5. Teknik Analisis Data	68
3.5.1. Model Specification	68
3.5.1.1. Pengembangan Model Teoritis	68
3.5.1.2. Pengembangan Diagram Alur (Path Diagram)	69
3.5.2. Model Identification	70
3.5.3. Uji Asumsi SEM.....	71
3.5.4. Measurement Model	72

3.5.4.1. Uji Validitas Measurement Model	66
3.5.4.2. Analisis Hubungan Indikator Dengan Konstruk	77
3.5.5. Struktural Model.....	78
3.5.6. Uji Hipotesis.....	79
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	81
4.1. Hasil Penelitian	81
4.1.1. Profil Toko Roti Ganda	81
4.1.2. Deskripsi Responden	83
4.2. Identifikasi Hasil Penelitian	83
4.2.1. Identifikasi Responden	83
4.2.2. Identifikasi Variabel Penelitian.....	86
4.2.2.1. Identifikasi Variabel Citra Merek (X1)	86
4.2.2.2. Identifikasi Variabel Kualitas Produk (X2).....	89
4.2.2.3. Identifikasi Variabel Kepuasan Pelanggan (Y1).....	92
4.2.2.4. Identifikasi Variabel Loyalitas Pelanggan (Y2).....	95
4.3. Analisis Data Penelitian	96
4.3.1. Model Specification.....	97
4.3.2. Model Identification	100
4.3.3. Uji Asumsi SEM.....	100
4.3.4. Measurement Model.....	106
4.3.4.1. Uji Validitas Model	106
4.3.4.2. Analisis Hubungan Indikator Dengan Konstruk.....	113
4.3.5. Struktural Model.....	120

4.3.6. Uji Hipotesis	125
4.3.6.1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	125
4.3.6.2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan	127
4.3.6.3. Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	128
4.3.6.4. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan	129
4.3.6.5. Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	130
4.3.6.6. Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Intervening Kepuasan Pelanggan	131
4.3.6.7. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Intervening Kepuasan Pelanggan	132
4.4. Pembahasan Hasil Penelitian	134
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	137
5.1. Kesimpulan	137
5.2. Saran	139

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

