

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI.....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN MENGENAI ORIGINALITAS .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1    Latar Belakang Masalah .....	1
1.2    Rumusan Masalah .....	6
1.3    Tujuan Penelitian.....	6
1.4    Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1    Manfaat Teoritis .....	7
1.4.2    Manfaat Praktis.....	7
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>9</b>
2.1    Kepuasan konsumen.....	9
2.1.1    Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan konsumen .....	11
2.1.2    Dimensi Kepuasan konsumen .....	12
2.1.3    Indikator Kepuasan konsumen .....	13
2.2    Kepercayaan Merek.....	14
2.2.1    Faktor-faktor Kepercayaan Merek.....	15
2.2.2    Dimensi Kepercayaan Merek .....	16
2.2.3    Indikator Kepercayaan Merek .....	16
2.3    Loyalitas konsumen.....	17
2.3.1    Faktor-faktor Loyalitas konsumen.....	19
2.3.2    Dimensi Loyalitas konsumen .....	19
2.3.3    Indikator Loyalitas konsumen .....	20

2.4	Persepsi Nilai .....	21
2.4.1	Dimensi Persepsi Nilai .....	22
2.4.2	Indikator Persepsi Nilai .....	22
2.5	Penelitian Terdahulu .....	23
2.6	Kerangka Pemikiran .....	28
2.7	Hipotesis Penelitian .....	29
2.7.1	Pengaruh Persepsi Nilai konsumen pada Kepuasan konsumen .....	30
2.7.2	Pengaruh Kepuasan konsumen pada Loyalitas konsumen .....	30
2.7.3	Pengaruh Persepsi Nilai pada Kepercayaan Merek .....	31
2.7.4	Pengaruh Kepercayaan Merek pada Loyalitas konsumen .....	31
2.7.5	Pengaruh Persepsi Nilai terhadap Loyalitas Konsumen .....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>33</b>
3.1	Jenis Penelitian .....	33
3.2	Objek Penelitian .....	33
3.3	Populasi dan Sampel .....	34
3.3.1	Populasi .....	34
3.3.2	Sampel .....	34
3.4	Teknik Pengumpulan data .....	36
3.5	Definisi Operasional Variabel .....	37
3.6	Teknik Analisis Data .....	39
3.7	Uji Measurement Model (Outer Model) .....	40
3.7.1	Uji Validitas .....	40
3.7.2	Uji Reliabilitas .....	41
3.8	Inner Model .....	41
3.9	Uji Sobel .....	44
3.10	Uji Hipotesis .....	44
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN .....</b>		<b>45</b>
4.1	Hasil Analisis Data .....	45
4.1.1	Karakteristik Responden .....	45
4.1.2	Analisis Deskriptif Variabel .....	49
4.2	Uji Measurement Model (Outer Model) .....	53
4.2.1	Uji Validitas .....	53

4.2.2	Uji Realibilitas .....	54
4.3	Uji Inner Model .....	56
4.3.1	Uji Normalitas .....	56
4.3.2	Uji Multikolinearitas .....	58
4.3.3	Hasil Uji Kesesuaian Model ( <i>Goodness of Fit</i> ).....	58
4.4	Uji Sobel.....	62
4.5	Uji Hipotesis.....	63
4.6	Pembahasan .....	65
4.6.1	Pengaruh Persepsi Nilai terhadap Kepuasan konsumen.....	65
4.6.2	Pengaruh Persepsi Nilai terhadap Kepercayaan Merek.....	66
4.6.3	Pengaruh Kepuasan konsumen terhadap Loyalitas konsumen.....	67
4.6.4	Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas konsumen.....	69
4.6.5	Pengaruh Persepsi Nilai terhadap Loyalitas konsumen.....	70
4.6.6	Pengaruh Persepsi Nilai terhadap Kepuasan konsumen yang Mempengaruhi Loyalitas konsumen .....	71
4.6.7	Pengaruh Persepsi Nilai terhadap Kepercayaan Merek yang Mempengaruhi Loyalitas konsumen .....	73
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>75</b>
5.1	Kesimpulan.....	75
5.2	Saran .....	76
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>78</b>