

DAFTAR ISI

ABSTRACT/ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	20
1.2.1 Identifikasi Masalah	20
1.2.2 Rumusan Masalah	21
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	21
1.3.1 Maksud Penelitian	21
1.3.2 Tujuan Penelitian	22
1.4 Kegunaan Penelitian.....	22
1.4.1 Kegunaan Pengembangan Ilmu.....	22
1.4.2 Kegunaan Operasional	22
1.4.3 Kegunaan Akademis	23
1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian	24
1.5.1 Lokasi Penelitian.....	24
1.5.2 Waktu Penelitian	24
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	25
2.1 Kajian Pustaka	25
2.1.1 Persepsi Kualitas	25
2.1.2 Kesadaran Merek	31
2.1.3 Kepuasan Konsumen.....	37
2.1.4 Niat Beli Ulang	40
2.1.5 Penelitian Terdahulu	44
2.2 Kerangka Pemikiran	47
2.2.1 Pengaruh Persepsi Kualitas Terhadap Kepuasan Konsumen	51
2.2.2 Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Kepuasan Konsumen	52
2.2.3 Pengaruh Persepsi Kualitas Terhadap Niat Beli Ulang	53
2.2.4 Pengaruh Brand Awareness terhadap Niat Beli Ulang	54
2.2.5 Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Niat Beli Ulang	54
2.2.6 Pengaruh Persepsi Kualitas dengan Niat Beli Ulang melalui Kepuasan Konsumen	55

2.2.7 Pengaruh Kesadaran Merek dengan Niat Beli Ulang melalui Kepuasan Konsumen	55
2.3 Hipotesis	56
BAB III METODE PENELITIAN.....	58
3.1 Metode Penelitian	58
3.2 Operasional Penelitian.....	59
3.3 Sumber dan Cara Penentuan Data	62
3.3.1 Sumber Data.....	62
3.3.2 Teknik Penentuan Data/Informasi	63
3.3.3 Cara Penentuan Data	65
3.4 Teknik Pengujian Data.....	67
3.4.1 Uji Validitas	67
3.4.2 Uji Reliabilitas	69
3.5 Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis	69
3.5.1 Rancangan Analisis.....	69
3.5.2 Rancangan Model Pengukuran.....	73
3.6 Uji Hipotesis Penelitian.....	85
3.6.1 Uji t	88
3.6.2 Uji F	90
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	92
4.1 Hasil Penelitian	92
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	92
4.2 Pembahasan Penelitian.....	95
4.2.1 Profil Responden.....	95
4.2.2 Analisis Deskriptif	98
4.3 Analisis Verifikatif.....	124
4.3.1 Uji Validitas	124
4.3.2 Uji Reliabilitas	126
4.3.3 Spesifikasi Model.....	128
4.3.4 Estimasi Model	129
4.3.5 Evaluasi Model	135
4.3.6 Uji t	136
4.3.7 Uji F	139
4.4 Pembahasan	140
4.4.1 Pengaruh Persepsi Kualitas terhadap Kepuasan Konsumen	140
4.4.2 Pengaruh Kesadaran Merek terhadap kepuasan konsumen	141
4.4.3 Pengaruh Persepsi Kualitas terhadap Niat Beli Ulang.....	141

4.4.4 Pengaruh Kesadaran Merek terhadap Niat Beli Ulang	141
4.4.5 Kepuasan Konsumen terhadap Niat Beli Ulang	142
4.4.6 Pengaruh Persepsi Kualitas dan Kesadaran Merek terhadap Kepuasan Konsumen.....	142
4.4.7 Persepsi Kualitas, Kesadaran Merek Terhadap Niat Beli Ulang melalui Kepuasan Konsumen.....	143
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	144
5.1 Kesimpulan	144
5.2 Saran	146
DAFTAR PUSTAKA	148
LAMPIRAN	153