

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Logo Perusahaan	2
1.1.3 Visi dan Misi Perusahaan	3
1.1.4 Produk Perusahaan	4
1.2 Latar Belakang	5
1.3 Rumusan Masalah.....	28
1.4 Tujuan Penelitian.....	29
1.5 Manfaat Penelitian	29
1.5.1 Bagi Merek Converse	29
1.5.2 Bagi Pelaku Industri Fashion	30
1.5.3 Bagi Peneliti dan Akademisi	30
1.5.4 Bagi Konsumen.....	30
1.6 Batasan Penelitian	30
1.7 Sistematika Penelitian	31
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	33
2.1 Landasan Teori.....	33
2.1.1 Strategi Pemasaran.....	33
2.1.2 Keunggulan Kompetitif.....	33
2.1.3 <i>Perceived Value</i>	34
2.1.4 <i>Customer Loyalty</i>	35

2.1.5 <i>Customer Satisfaction</i>	36
2.1.6 Hubungan <i>Perceived Value</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	37
2.1.7 Hubungan <i>Perceived Value</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	38
2.1.8 Hubungan <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	38
2.1.9 <i>Customer Satisfaction</i> Memediasi Hubungan <i>Perceived Value</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	39
2.2 Penelitian Terdahulu	40
2.3 Kerangka Pemikiran	55
2.4 Hipotesis Penelitian	56
BAB III METODE PENELITIAN	58
3.1 Jenis Penelitian	58
3.2 Variabel Operasional dan Skala Pengukuran	60
3.2.1 Variabel Operasional	60
3.2.2 Skala Pengukuran	64
3.3 Tahap Penelitian	65
3.4 Populasi dan Sampel	66
3.4.1 Populasi	66
3.4.2 Sampel	66
3.4.3 Teknik <i>Sampling</i>	68
3.5 Pengumpulan Data	68
3.5.1 Data Primer	68
3.5.2 Data Sekunder	69
3.5.3 Teknik Pengumpulan Data	69
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	70
3.6.1 Uji Validitas	70
3.6.2 Uji Reliabilitas	72
3.7 Teknik Analisis Data	74
3.7.1 Analisis Deskriptif	74
3.7.2 <i>Partial Least Squares structural equation modeling (PLS-SEM)</i>	76
3.7.2.1 Model Pengukuran (Outer Model)	77
3.7.2.2 Model Struktural (Inner Model)	79
3.8 Uji Hipotesis	81
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	82

4.1 Karakteristik Responden	82
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	82
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	83
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	83
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Rata-Rata per Bulan	84
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Sepatu Converse yang Dimiliki	85
4.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Media Pembelian Sepatu Converse	85
4.2 Hasil Penelitian.....	86
4.2.1 Analisis Deskriptif.....	86
4.2.1.1 Tanggapan Responden pada Variabel <i>Perceived Value</i>	86
4.2.1.2 Tanggapan Responden pada Variabel <i>Customer Loyalty</i>	91
4.2.1.3 Tanggapan Responden pada Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	95
4.2.2 <i>Partial Least Squares (SEM) - Structural Equation Modeling (PLS)</i>	98
4.2.2.1 Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	99
4.2.2.2 Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	104
4.2.3 Uji Hipotesis.....	108
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	110
4.3.1 Pengaruh <i>Perceived Value</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	110
4.3.2 Pengaruh <i>Perceived Value</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	111
4.3.3 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	112
4.3.4 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> Memediasi Hubungan <i>Perceived Value</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	113
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	115
5.1 Kesimpulan.....	115
5.2 Saran.....	117
5.2.1 Saran Untuk Perusahaan	118
5.2.2 Saran Untuk Peneliti Selanjutnya	119
DAFTAR PUSTAKA	121
LAMPIRAN	128