

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	2
HALAMAN PERNYATAAN	3
KATA PENGANTAR	4
DAFTAR GAMBAR	11
DAFTAR TABEL	12
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Jiwa Group.....	1
1.1.2 Janji Jiwa	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	4
1.3 Perumusan Masalah	17
1.4 Tujuan Penelitian.....	18
1.5 Manfaat Penelitian	18
1.5.1 Aspek Praktis	18
1.5.2 Aspek Teoritis.....	19
1.6 Sistematika Penulisa Tugas Akhir	19
BAB II	21
TINJAUAN PUSTAKA.....	21
2.1 Teori	21
2.1.1 Marketing.....	21
2.1.2 Teori Perilaku Konsumen	22
2.1.3 Product Quality.....	23
2.1.3 Service Quality	24
2.1.4 Store Atmosphere	25
2.1.6 Perceived Value	25
2.1.7 Customer Satisfaction	27
2.1.8 Customer Loyalty	28
2.1.9 Hubungan <i>Product Quality</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	30

2.1.10 Hubungan Service Quality Terhadap Customer Satisfaction	30
2.1.11 Hubungan <i>Store Atmosphere</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	31
2.1.12 Hubungan <i>Perceived Value</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	31
2.1.13 Hubungan antara Customer Satisfaction Terhadap Customer Loyalty ..	32
2.2 Penelitian Terdahulu	33
2.3 Kerangka Pemikiran	53
2.4 Hipotesis Penelitian	55
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	56
2.5.1 Variabel dan Sub Variabel Penelitian.....	56
2.5.2 Lokasi dan Objek Penelitian	56
2.5.3 Waktu dan Periode Penelitian	56
BAB III.....	57
METODE PENELITIAN.....	57
3.1 Karakteristik Penelitian	57
3.2 Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran.....	59
3.2.1 Operasionalisasi Variabel	59
3.2.2 Skala Pengukuran.....	67
3.3 Tahapan Penelitian	68
3.4 Populasi dan Sampel	70
3.4.1 Populasi	70
3.4.2 Sampel	70
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data	72
3.5.1 Data Primer	73
3.5.2 Data Sekunder	73
3.6 Uji Validitas dan Reabilitas	73
3.6.1 Uji Validitas.....	73
3.6.2 Uji Reabilitas.....	76
3.7 Teknik Analisis Data	77
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	77
3.7.2 <i>Structural Equation Modeling (SEM) & Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)</i>	79
3.8 Uji Hipotesis dan Pembahasan.....	87
BAB IV	90

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	90
4.1 Pengumpulan Data	90
4.2 Karakteristik Responden	91
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	91
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	92
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	93
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	93
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	94
4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	95
4.3 Hasil Penelitian	95
4.3.1 Analisis Deskriptif	95
4.4 Hasil Pengukuran Model (Outer Model)	119
4.5 Hasil Struktural (<i>Inner Model</i>)	124
4.5.1 Koefisien Determinasi (<i>R Square</i>)	125
4.5.2 <i>Q Square</i>	126
4.5.3 <i>F Square</i>	127
4.5.4 <i>Goodness of Fit Model</i> (Uji Kecocokan Model)	128
4.6 Uji Hipotesis	128
4.7 Hasil Penelitian dan Pembahasan	134
4.7.1 Pengaruh <i>product quality</i> terhadap <i>customer satisfaction</i> konsumen Janji Jiwa	134
4.7.2 Pengaruh <i>Service quality</i> terhadap <i>customer satisfaction</i> konsumen Janji Jiwa	134
4.7.3 Pengaruh <i>store atmosphere</i> terhadap <i>customer satisfaction</i> konsumen Janji Jiwa	135
4.7.4 Pengaruh <i>perceived value</i> terhadap <i>customer satisfaction</i> konsumen Janji Jiwa	136
4.7.5 Pengaruh <i>Customer satisfaction</i> terhadap <i>customer loyalty</i> konsumen Janji Jiwa	136
4.7.6 Pengaruh <i>product quality</i> terhadap <i>customer loyalty</i> melalui <i>customer satisfaction</i> konsumen Janji Jiwa	137
4.7.7 Pengaruh <i>service quality</i> terhadap <i>customer loyalty</i> melalui <i>customer satisfaction</i> konsumen Janji Jiwa	138
4.7.8 Pengaruh <i>store atmosphere</i> terhadap <i>customer loyalty</i> melalui <i>customer satisfaction</i> konsumen Janji Jiwa	139

4.7.9 Pengaruh <i>perceived value</i> terhadap <i>customer loyalty</i> melalui <i>customer satisfaction</i> konsumen Janji Jiwa	139
BAB V.....	141
KESIMPULAN DAN SARAN	141
5.1 Kesimpulan	141
5.2 Saran	143
5.2.1 Saran untuk Perusahaan Janji Jiwa	143
5.2.2 Saran untuk Peneliti Selanjutnya.....	146
DAFTAR PUSTAKA.....	148
LAMPIRAN	160