

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS.....	ivi
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN AKADEMIS.....	ivii
KATA PENGANTAR.....	iviii
ABSTRAK	x
ABSTRACT.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1. Jenis Usaha, Nama Perusahaan dan Lokasi Perusahaan.....	1
1.1.2. Logo Perusahaan.....	1
1.1.3. Visi dan Misi Perusahaan	1
1.1.4. Produk dan Layanan	2
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	4
1.3 Perumusan Masalah	15
1.4 Tujuan Penelitian	16
1.5 Manfaat Penelitian.....	16
1.5.1. Kegunaan Teoritis.....	16
1.5.2. Kegunaan Praktis	17
1.6 Sistematika Penulisan	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	18
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian.....	18
2.1.1 Pemasaran.....	18
2.1.2 <i>Customer Relationship Management</i>	18
2.1.3 <i>Brand Equity</i>	19
2.1.4 Perilaku Konsumen.....	20
2.1.5 <i>After Sales Service</i>	23
2.1.6 <i>Product Quality</i>	24

2.1.7	<i>Brand Resonance</i>	27
2.1.8	<i>Customer Satisfaction</i>	29
2.1.9	<i>Brand Loyalty</i>	31
2.1.10	Teori Hubungan Variabel <i>After Sales Service</i> terhadap Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	33
2.1.11	Teori Hubungan Variabel <i>Product Quality</i> terhadap Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	33
2.1.12	Teori Hubungan Variabel <i>Brand Resonance</i> terhadap Variabel <i>Customer Satisfaction</i> .	34
2.1.13	Teori Hubungan Variabel <i>After Sales Service</i> terhadap Variabel <i>Brand Loyalty</i> melalui Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	35
2.1.14	Teori Hubungan Variabel <i>Product Quality</i> terhadap Variabel <i>Brand Loyalty</i> melalui Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	36
2.1.15	Teori Hubungan Variabel <i>Brand Resonance</i> terhadap Variabel <i>Brand Loyalty</i> melalui Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	37
2.2	Penelitian Terdahulu	39
2.2.1	Ulasan Jurnal Internasional	39
2.2.2	Ulasan Jurnal Nasional	46
2.3	Kerangka Pemikiran	54
2.4	Hipotesis Penelitian	54
2.5	Ruang Lingkup Penelitian	55
BAB III METODE PENELITIAN		56
3.1	Jenis Penelitian	56
3.2	Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	56
3.2.1	Operasional Variabel	56
3.2.2	Skala Pengukuran	62
3.3	Tahapan Penelitian	63
3.4	Populasi dan Sampel	64
3.4.1	Populasi	64
3.4.2	Sampel	64
3.5	Pengumpulan Data	65
3.5.1	Sumber Data	65
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas	66
3.6.1	Uji Validitas	66
3.6.2	Uji Reliabilitas	69
3.7	Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	70
3.7.1	Analisis Deskriptif	70
3.7.2	Structural Equation Modelling (SEM)	71
3.7.3	Uji Hipotesis	75
3.7.4	Uji Hipotesis Parsial (Uji T)	75

3.7.5	<i>Bootstrapping</i>	76
BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		77
4.1	Pengumpulan Data.....	77
4.2	Karakteristik Responden.....	77
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	78
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	78
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi	79
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	80
4.3	Hasil Penelitian.....	80
4.3.1	Analisis Deskriptif.....	80
4.3.2	Analisis SEM-PLS.....	98
4.3.2.1	Hasil Uji Pengukuran Model (<i>Outer Model</i>)	98
4.3.2.2	Hasil Uji Pengukuran Struktural Model (<i>Inner Model</i>)	105
4.4	Analisa Hasil Penelitian dan Pembahasan	111
4.4.1	Analisa Pembahasan Uji Outer Model.....	113
4.4.2	Analisa Pembahasan Uji Inner Model	114
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		119
5.1	Kesimpulan.....	119
5.2	Saran	121
5.2.1	Saran bagi Perusahaan	121
5.2.2	Saran bagi Penelitian Selanjutnya.....	122
DAFTAR PUSTAKA.....		124
LAMPIRAN.....		132
Lampiran 1 Kuesioner Pra Survey		132
Lampiran 2 Hasil Kuesioner Pra Survey.....		135
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas		140
Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas		141
Lampiran 5 Hasil Uji Outer dan Inner Model.....		141