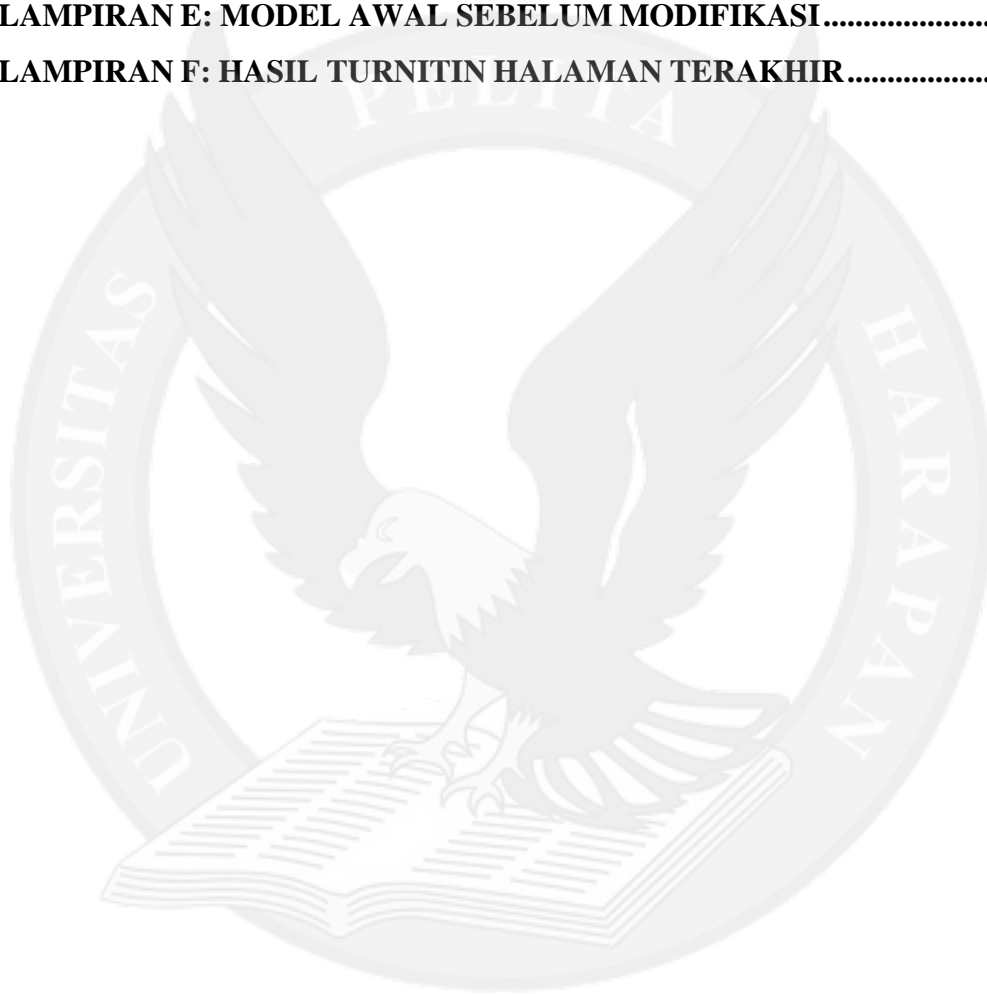


DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR	v
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR.....	vi
LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
BAB 1	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Batasan Masalah.....	16
1.3 Rumusan Masalah	17
1.4 Tujuan Penelitian	18
1.5 Manfaat Penelitian	19
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	19
1.5.2 Manfaat Praktis	19
1.6 Sistematika Penulisan.....	20
BAB 2	22
TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	22
2.1 Landasan Teori.....	22
2.1.1 <i>Customer Loyalty</i>	22
2.1.2 <i>Customer Satisfaction</i>	22
2.1.3 <i>Perceived price</i>	23
2.1.4 <i>Corporate Image</i>	24
2.1.5 <i>Quality of Staff</i>	25
2.1.6 <i>Service Quality</i>	26
2.2 Penelitian Terdahulu	28
2.3 Pengembangan Hipotesis	30
2.3.1 Pengaruh <i>service quality</i> terhadap <i>Customer satisfaction</i>	30
2.3.2 Pengaruh <i>Quality of staff</i> terhadap <i>customer satisfaction</i>	31
2.3.3 Pengaruh <i>Corporate image</i> terhadap <i>customer satisfaction</i>	32
2.3.4 Pengaruh <i>Perceived price</i> terhadap <i>customer satisfaction</i>	33

2.3.5	Pengaruh <i>Customer satisfaction</i> terhadap <i>customer loyalty</i>	34
2.3.6	Pengaruh <i>Service quality</i> terhadap <i>Customer loyalty</i>	35
2.3.7	Pengaruh <i>Quality of staff</i> terhadap <i>Customer loyalty</i>	36
2.3.8	Pengaruh <i>Perceived price</i> terhadap <i>Customer loyalty</i>	37
2.4	Model Penelitian	38
2.5	Bagan Alur Berpikir.....	39
BAB III.....		41
METODOLOGI PENELITIAN		41
3.1	Jenis Penelitian.....	42
3.2	Populasi dan Sampel	42
3.2.1	Populasi.....	42
3.2.2	Sampel.....	43
3.3	Metode Pengumpulan Data	44
3.4	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	47
3.5	Metode Analisis Data	49
3.5.3	Uji Reliabilitas	60
BAB 4		61
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN		61
4.1	Gambaran Umum.....	62
4.1.1	H&M.....	62
4.1.2	Profil Responden.....	62
4.2	Analisis Data	65
4.2.1	Tanggapan Responden	65
4.2.2	Analisis Deskriptif Variabel.....	72
4.2.3	Hasil Pengujian Kualitas Data.....	80
4.2.4	Analisis Full <i>Structural Equation Modeling</i>	90
4.2.5	Uji Reability	93
4.2.6	Hasil Pengujian Hipotesis	94
4.3	Pembahasan.....	99
BAB 5		112
KESIMPULAN.....		112
5.1	Simpulan	112
5.1.1	Simpulan Atas Hipotesis	113
5.1.2	Simpulan Atas Masalah Penelitian	118

5.2	Implikasi	119
5.2.1	Implikasi Teoritis	119
5.2.2	Implikasi Manajerial	121
DAFTAR PUSTAKA		126
LAMPIRAN A: KUESIONER H&M Pakuwon Trade Center Surabaya.....		128
LAMPIRAN B: TABULASI DATA KUESIONER		131
LAMPIRAN C: HASIL UJI STATISTIK		140
LAMPIRAN D: HASIL PENGUJIAN.....		144
LAMPIRAN E: MODEL AWAL SEBELUM MODIFIKASI.....		158
LAMPIRAN F: HASIL TURNITIN HALAMAN TERAKHIR.....		159



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	Perubahan Gaya Berpakaian	2
Gambar 1. 2	Ulasan seorang pelanggan H&M	7
Gambar 1. 3	Ulasan seorang pelanggan H&M tentang kreativitas dan kualitas	7
Gambar 1. 4	Ulasan Pelanggan H&M terhadap pengalaman.....	8
Gambar 1. 5	Ulasan seorang Pelanggan H&M terhadap Harga.....	9
Gambar 1. 6	Ulasan seorang pelanggan H&M mengenai kepuasan.....	9
Gambar 1. 7	Loyalitas pelanggan h&m.....	10
Gambar 1. 8	Ranking Brand Fashion Di Indonesi.....	10
Gambar 1. 9	Kolaborasi H&M dengan Mugler	11
Gambar 1. 10	Web H&M	12
Gambar 1. 11	Loyalitas pelanggan	16
Gambar 2. 1	Model Penelitian Terdahulu.....	28
Gambar 2. 2	Hasil Penelitian Terdahulu.....	29
Gambar 2. 3	Model Penelitian.....	38
Gambar 2. 4	Bagan Alur Berpikir	39
Gambar 3. 1	Diagram Alur Kerangka Pemikiran AMOS.....	51
Gambar 4. 1	Jenis Kelamin Responden	63
Gambar 4. 2	Usia Responden	64
Gambar 4. 3	Service Quality, Quality Of Staff, Corporate Image, dan Percieved Price	87
Gambar 4. 4	Customer Satisfaction, dan Customer Loyalty	89
Gambar 4. 5	Full Structural Equation Model	90

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Desain Inti Kuesioner	46
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel	48
Tabel 3. 3 Keterangan Indikator Konstruk	52
Tabel 3. 4 Keterangan Hubungan Antar Konstruk	53
Tabel 3. 5 Hasil Konversi kedalam Persamaan Model Pengukuran	54
Tabel 3. 6 Indeks Pengujian Kelayakan Sebuah Model (Goodness to Fit Index) ..	59
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden.....	63
Tabel 4. 2 Usia Responden	64
Tabel 4. 3 Derajat Penilaian Setiap Variabel	65
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden terhadap Sensory	66
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden terhadap Affective	67
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden terhadap Behavioral	68
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden terhadap Intellectual	69
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden terhadap Brand Satisfaction.....	70
Tabel 4. 9 Tanggapan Responden terhadap Brand Attitude	71
Tabel 4. 10 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel Service Quality ...	73
Tabel 4. 11 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel Quality Of Staff ...	74
Tabel 4. 12 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel Corporate Image	75
Tabel 4. 13 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel Percieved Price	76
Tabel 4. 14 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel Customer Satisfaction.....	78
Tabel 4. 15 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel Customer Loyalty	79
Tabel 4. 16 Goodness of Fit Index	81
Tabel 4. 17 Evaluasi Normalitas Data	82
Tabel 4. 18 Statistik Deskriptif Z-Score	83
Tabel 4. 19 Mahalanobis Distance	84
Tabel 4. 20 Uji Bobot Faktor dan Nilai Faktor Loading Service Quality, Quality Of Staff, Corporate Image, dan Percieved Price.....	88
Tabel 4. 21 Uji Bobot Faktor dan Nilai Faktor Loading Customer Satisfaction dan	

Customer Loyalty.....	89
Tabel 4. 22 Tabel Index Pengujian Kelayakan	91
Tabel 4. 23 Regression Weight Full Structural Equation Model.....	91
Tabel 4. 24 Uji Reability	93
Tabel 4. 25 Hasil Uji Hipotesis	94
Tabel 4. 26 Tabel Indikator Yang Paling Mempengaruhi Service Quality	103
Tabel 4. 27 Tabel Indikator Yang Paling Mempengaruhi Affective.....	105
Tabel 4. 28 Tabel Indikator Yang Paling Mempengaruhi Behavioral	106
Tabel 4. 29 Tabel Indikator Yang Paling Mempengaruhi Intellectual.....	107
Tabel 4. 30 Tabel Indikator Yang Paling Mempengaruhi Brand Satisfaction	108
Tabel 4. 31 Tabel Indikator Yang Paling Mempengaruhi Brand Attitude	110
Tabel 5. 1 Implikasi Teori	120
Tabel 5. 2 Implikasi Manajerial.....	123

