

DAFTAR ISI

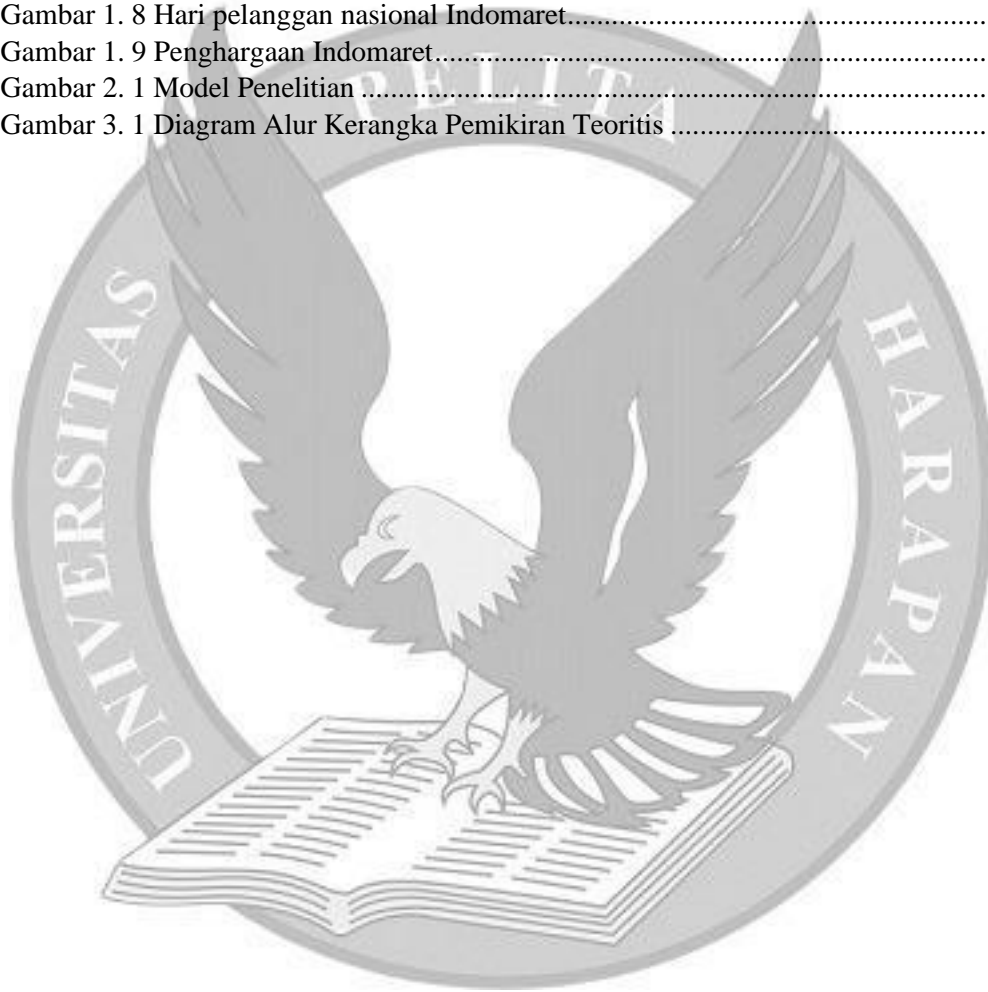
SKRIPSI	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR.....	iii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I.....	14
PENDAHULUAN	14
1.1 Latar Belakang.....	14
1.2 Batasan Masalah	30
1.3 Rumusan Masalah.....	30
1.4 Tujuan Penelitian	31
1.5 Manfaat Penelitian.....	32
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	32
1.5.2 Manfaat Praktis.....	32
1.6 Sistematika penulisan	33
BAB II.....	35
TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	35
2.1 Landasan Teori.....	35
2.1.1 Customer Brand Loyalty	35
2.1.2 Customer Satisfaction	36
2.1.3 Customer Trust.....	38
2.1.4 Perceived Cost.....	40
2.1.5 Perceived Product Quality	42
2.1.6 Perceived Service Quality.....	44
2.2 Penelitian Terdahulu.....	45
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	47
2.3.1 Pengaruh Customer Satisfaction terhadap Customer Brand Loyalty	47
2.3.2 Pengaruh Customer Trust terhadap Customer Brand Loyalty	47

2.3.3	Pengaruh Perceived Cost terhadap Customer Brand Loyalty	48
2.3.4	Pengaruh Customer Trust terhadap Customer Satisfaction	49
2.3.5	Pengaruh Perceived Product Quality terhadap Customer Satisfaction	49
2.3.6	Pengaruh Perceived Service Quality terhadap Customer Satisfaction	50
2.3.7	Pengaruh Perceived Product Quality terhadap Customer Trust.....	50
2.3.8	Pengaruh Perceived Service Quality terhadap Customer Trust.....	51
2.4	Metode penelitian	52
2.5	Bagan Alur Berpikir	53
BAB III	56
METODOLOGI PENELITIAN	56
3.1	Jenis Penelitian dan Jenis Data	56
3.1.1	Jenis penelitian.....	56
3.1.2	Jenis Data	56
3.2	Populasi dan Sampel	57
3.2.1	Populasi.....	57
3.2.2	Sampel.....	58
3.3	Metode Penelitian Data	59
3.4	Definisi Operasional dan Pengeukuran Variabel.....	62
3.4.1	Definisi Operasional	62
3.5	Metode Analisa Data.....	65
3.5.1	Pengolahan Data	65
3.5.2	Pengujian Hipotesis.....	66
3.5.3	Uji Kredibilitas	79
BAB IV	80
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	80
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian	80
4.1.1	Sekilas Mengenai Indomaret	81
4.1.2	Indomaret	81
4.2	Analisis Data	84
4.2.1	Data Profil Responden	84
4.2.2	Tanggapan Responden.....	88
4.2.3	Analisis Deskriptif Variabel.....	99

4.2.4 Hasil Pengujian Kualitas Data	110
4.2.4 Analisis Full Structural Equation Modeling	128
4.2.5 Uji Reliability	132
4.2.6 Hasil Pengujian Hipotesis	135
4.3 Pembahasan.....	141
BAB V.....	159
KESIMPULAN	159
5.1.1 Simpulan atas Hipotesis	159
5.1.1.1 Pengaruh Customer Satisfaction terhadap Customer Brand Loyalty	159
5.1.1.2 Pengaruh Customer Trust terhadap Customer Brand Loyalty	160
5.1.1.3 Pengaruh Perceived Cost terhadap Customer Brand Loyalty	161
5.1.1.4 Pengaruh Customer Trust terhadap Customer Satisfaction	162
5.1.1.5 Pengaruh Perceived Product Quality terhadap Customer Satisfaction	163
5.1.1.6 Pengaruh Perceived Service Quality terhadap Customer Satisfaction	163
5.1.1.7 Pengaruh Perceived Product Quality terhadap Customer Trust.....	164
5.1.1.8 Pengaruh Perceived Service Quality terhadap Customer Trust.....	165
5.1.2 Simpulan Atas Masalah Penelitian.....	166
5.2 Implikasi	168
5.2.2 Implikasi Manajerial.....	169
5.3 Rekomendasi.....	181
DAFTAR PUSTAKA.....	182
LAMPIRAN	191

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 GRDI 2019.....	16
Gambar 1. 2 Logo Indomaret.....	18
Gambar 1. 3 Ritel dengan nilai konsumen tertinggi di Indonesia Tahun 2021	20
Gambar 1. 4 Produk produk Indomaret.....	23
Gambar 1. 5 Layanan Indomaret.....	24
Gambar 1. 6 Promo Indomaret.....	25
Gambar 1. 7 Kepuasan konsumen berbelanja di Indomaret.....	26
Gambar 1. 8 Hari pelanggan nasional Indomaret.....	27
Gambar 1. 9 Penghargaan Indomaret.....	28
Gambar 2. 1 Model Penelitian	52
Gambar 3. 1 Diagram Alur Kerangka Pemikiran Teoritis	68



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perbandingan pesaing indomaret	21
Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	46
Tabel 3. 1 Likert Scale	60
Tabel 3. 2 Desain Inti Kuisisioner	60
Tabel 3. 3 Operasional Variabel	62
Tabel 3. 4 Keterangan Indikator Konsturk.....	69
Tabel 3. 5 Konversi kedalam Persamaan Model Pengukuran Konstruk.....	73
Tabel 3.6 Indeks Pengujian Kelayakan Sebuah Model (<i>Goodness to Fit Index</i>)	78

