

DAFTAR ISI

halaman

SKRIPSI.....	i
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN TUGAS AKHIR	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR.....	iv
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Masalah Penelitian	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
1.5 Batasan Masalah.....	15
1.6 Sistematika Penulisan.....	15
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	17
2.1 Tinjauan Pustaka.....	17
2.1.1 <i>Customer Loyalty</i>	17
2.1.2 <i>Customer Satisfaction</i>	18
2.1.3 <i>Facilities</i>	20
2.1.4 <i>Brand Image</i>	22
2.1.5 <i>Product Quality</i>	23
2.1.6 <i>Promotion</i>	25
2.1.7 <i>Service Quality</i>	27
2.2 Pemetaan Penelitian	28
2.3 Pengembangan Hipotesis	31
2.3.1 Pengaruh <i>Facilities</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	31
2.3.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	32

2.3.3	Pengaruh <i>Product Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	33
2.3.4	Pengaruh <i>Promotion</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	33
2.3.5	Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	34
2.3.6	Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	35
2.4	Model Penelitian.....	36
2.5	Bagan Alur Berpikir	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		39
3.1	Populasi dan Sampel	40
3.1.1	Populasi.....	40
3.1.2	Sampel.....	41
3.2	Teknik Pengumpulan Data	42
3.3	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	43
3.4	Metode Analisis Data	47
3.4.1	Uji Validitas.....	47
3.4.2	Uji Reliabilitas	48
3.4.3	Asumsi Klasik	48
3.4.3.1	Uji Normalitas.....	48
3.4.3.2	Uji Heteroskedastisitas.....	49
3.4.3.3	Uji Multikolinearitas	49
3.4.3.4	Uji Linearitas.....	49
3.4.4	Analisis Regresi Linear Sederhana (<i>Simple Regression</i>)	50
3.4.5	Analisis Regresi Linear Berganda (<i>Multiple Regression</i>).....	50
3.4.6	Koefisien Korelasi (R)	51
3.4.7	Koefisien Determinasi (R^2)	52
3.4.8	Uji F	52
3.4.9	Uji t	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		54
4.1	Gambaran Umum Perusahaan	54
4.2	Profil Responden	55
4.3	Statistik Deskriptif.....	55
4.3.1	Analisis Deskriptif <i>Facilities</i>	56
4.3.2	Analisis Deskriptif <i>Brand Image</i>	56
4.3.3	Analisis Deskriptif <i>Product Quality</i>	57
4.3.4	Analisis Deskriptif <i>Promotion</i>	58

4.3.5	Analisis Deskriptif <i>Service Quality</i>	59
4.3.6	Analisis Deskriptif <i>Customer Satisfaction</i>	60
4.3.7	Analisis Deskriptif <i>Customer Loyalty</i>	62
4.4	Uji dan Analisis	63
4.4.1	Uji Validitas.....	63
4.4.2	Uji Reliabilitas	63
4.4.3	Pengujian Asumsi Klasik	64
4.4.3.1	Uji Normalitas.....	64
4.4.3.2	Uji Heterokedastisitas	66
4.4.3.3	Uji Multikolinearitas	67
4.4.3.4	Uji Linearitas.....	68
4.4.4	Analisis Kausalitas	68
4.4.4.1	Analisis Regresi Sederhana.....	68
4.4.4.2	Analisis Regresi Berganda	69
4.4.4.3	Analisis Koefisien Korelasi Sederhana.....	71
4.4.4.4	Analisis Koefisien Korelasi Berganda	72
4.4.4.5	Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	72
4.4.5	Metode Pengujian Hipotesis	73
4.4.5.1	Uji F	73
4.4.5.2	Uji t	74
4.5	Pembahasan	76
4.5.1	<i>Facilities</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>Customer Satisfaction</i> ...	76
4.5.2	<i>Brand Image</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>Customer Satisfaction</i> 77	
4.5.3	<i>Product Quality</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	78
4.5.4	<i>Promotion</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>Customer Satisfaction</i> ..	79
4.5.5	<i>Service Quality</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	80
4.5.6	<i>Customer Satisfaction</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>Customer Loyalty</i> 81	
4.6	Analisis Model Secara Keseluruhan	82
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI, KETERBATASAN, DAN SARAN		85
5.1	Simpulan Penelitian.....	85
5.2	Implikasi Penelitian	86

5.2.1	Implikasi Teoretis	86
5.2.2	Implikasi Manajerial	87
5.2	Keterbatasan dan Saran	89
DAFTAR PUSTAKA		92
LAMPIRAN.....		A-1



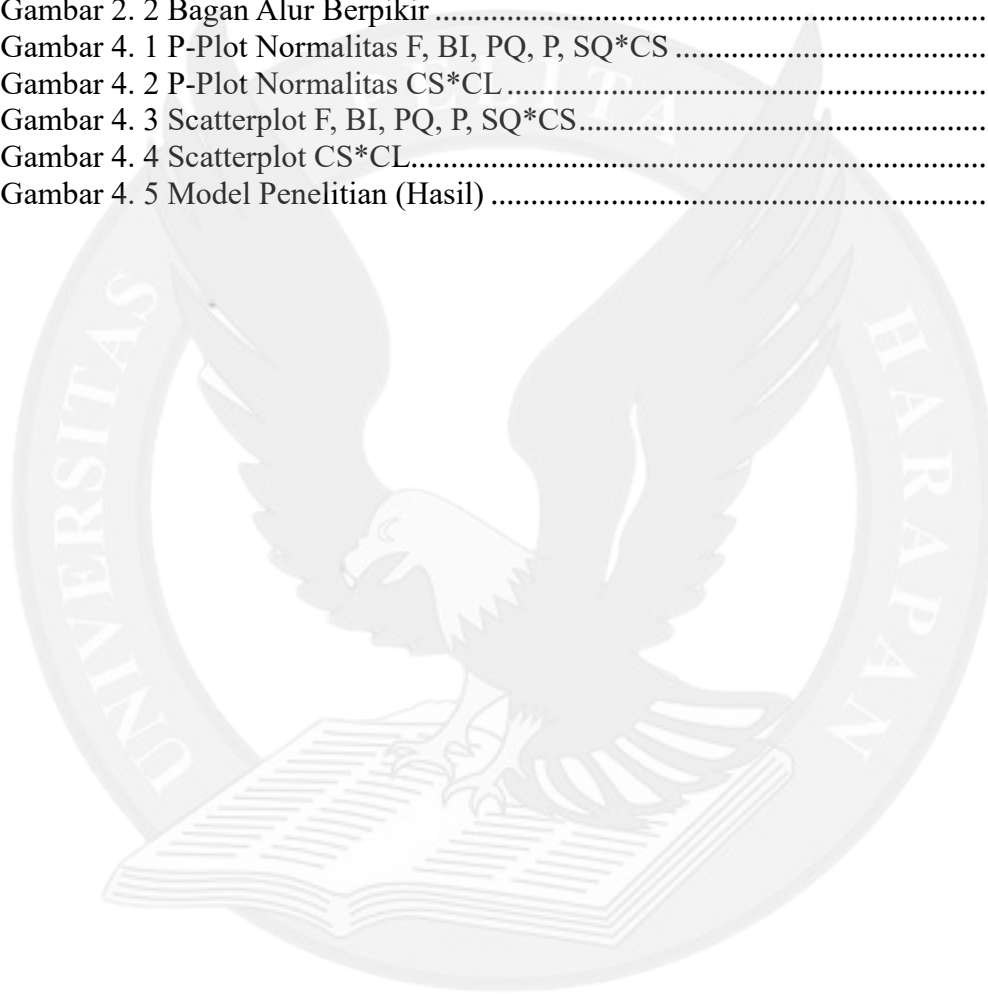
DAFTAR TABEL

halaman

Tabel 1. 1 Persaingan Sociolla dengan Beauty Haul Indo dan Sephora	3
Tabel 2. 1 Artikel-artikel Acuan	29
Tabel 3. 1 Interpretasi Interval Mean	43
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel	44
Tabel 3. 3 Interpretasi Koefisien Korelasi.....	52
Tabel 4. 1 Profil Demografi Responden.....	55
Tabel 4. 2 Deskriptif Variabel <i>Facilities</i>	56
Tabel 4. 3 Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i>	57
Tabel 4. 4 Deskriptif Variabel <i>Product Quality</i>	58
Tabel 4. 5 Deskriptif Variabel <i>Promotion</i>	59
Tabel 4. 6 Deskriptif Variabel <i>Service Quality</i>	60
Tabel 4. 7 Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	61
Tabel 4. 8 Deskriptif Variabel <i>Customer Loyalty</i>	62
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas	63
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas	64
Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	64
Tabel 4. 12 Hasil Uji Spearman's F, BI, PQ, P, SQ*CS	66
Tabel 4. 13 Angka Tolerance dan VIF	67
Tabel 4. 14 Hasil Uji Linearitas	68
Tabel 4. 15 Hasil Uji Regresi Sederhana (CS*CL).....	68
Tabel 4. 16 Hasil Uji Regresi Berganda (F, BI, PQ, P, SQ*CS)	69
Tabel 4. 17 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	72
Tabel 4. 18 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	73
Tabel 4. 19 Hasil Uji F	74
Tabel 4. 20 Hasil Uji t	74
Tabel 4. 21 Hasil Hipotesis	76
Tabel 5. 1 Implikasi Teoretis	86
Tabel 5. 2 Implikasi Manajerial	87

DAFTAR GAMBAR

	halaman
Gambar 1. 1 <i>Facilities</i> Sociolla Store	7
Gambar 1. 2 <i>Product Quality</i> Sociolla Store.....	9
Gambar 1. 3 <i>Service Quality</i> Sociolla Store	10
Gambar 2. 1 Model Penelitian	36
Gambar 2. 2 Bagan Alur Berpikir	38
Gambar 4. 1 P-Plot Normalitas F, BI, PQ, P, SQ*CS	65
Gambar 4. 2 P-Plot Normalitas CS*CL	65
Gambar 4. 3 Scatterplot F, BI, PQ, P, SQ*CS.....	66
Gambar 4. 4 Scatterplot CS*CL.....	66
Gambar 4. 5 Model Penelitian (Hasil)	82



DAFTAR LAMPIRAN

halaman

LAMPIRAN A: KUESIONER PENELITIAN	A-1
LAMPIRAN B: TABULASI DATA KUESIONER.....	B-1
LAMPIRAN C: HASIL PENGOLAHAN DATA.....	C-1
LAMPIRAN D: HASIL UJI TURNITIN.....	D-1

