

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1. Deskripsi Singkat Perusahaan	1
1.1.2. Visi dan Misi Starbucks.....	2
1.2. Latar Belakang.....	2
1.3. Rumusan Masalah	14
1.4. Tujuan Penelitian.....	15
1.5. Kegunaan Penelitian	16
1.6. Sistematika Penulisan	16
1.7. Waktu dan Periode Penelitian	17
BAB II	18
TINJAUAN PUSTAKA.....	18
2.1. Tinjauan Pustaka Penelitian	18
2.1.1. Manajemen Pemasaran	18
2.1.2. Bauran Pemasaran.....	18

2.1.3.	Brand.....	19
2.1.4.	Brand Equity	20
2.1.5.	Brand awareness	20
2.1.6.	Brand image	21
2.1.7.	Perceived quality	23
2.1.8.	Consumer Behaviour	25
2.1.9.	Kepuasan Pelanggan.....	25
2.1.10.	Customer loyalty.....	28
2.2.	Hubungan Antara Variabel	29
2.2.1.	Hubungan brand awareness dengan customer loyalty	29
2.2.2.	Hubungan brand image dengan customer loyalty	29
2.2.3.	Hubungan perceived quality dengan customer loyalty . Error! Bookmark not defined.	
2.2.4.	Hubungan brand awareness dengan kepuasan pelanggan.....	30
2.2.5.	Hubungan brand image dengan kepuasan pelanggan.....	30
2.2.6.	Hubungan perceived quality dengan kepuasan pelanggan.....	31
2.2.7.	Hubungan Kepuasan Pelanggan dengan Customer Loyalty	31
2.3.	Penelitian Terdahulu	32
2.4.	Kerangka Pemikiran	43
2.5.	Hipotesis Penelitian :	48
2.6.	Ruang Lingkup Penelitian.....	48
BAB III.		50
METODE PENELITIAN		50
3.1.	Jenis Penelitian	50
3.2.	Operasional Variabel dan Skala Pengukuran.....	50
3.2.1.	Variabel Penelitian.....	50
3.2.2.	Operasionalisasi Variabel.....	51
3.2.3.	Skala Pengukuran	54

3.3.	Tahapan Penelitian	54
3.4.	Populasi dan sampel	56
3.4.1.	Populasi	56
3.4.2.	Sampel	56
3.6.	Uji Validitas dan Reabilitas	58
3.6.1.	Uji Validitas	58
3.6.2.	Uji Reliabilitas	60
3.7.	Teknik Analisis Data	61
3.7.1.	Analisis Deskriptif	61
3.7.2.	Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	62
3.7.3.	<i>Structural Equation Modelling</i> (SEM)	62
3.7.4.	<i>Partial Least Square</i> (PLS)	62
3.7.5.	Pengukuran Model (<i>Outer Model</i>)	63
3.7.6.	Pengukuran Struktural (<i>Inner Model</i>)	64
3.8.	Pengujian Hipotesis	65
BAB IV		67
HASIL DAN PEMBAHASAN		67
4.1.	Pengumpulan Data	67
4.2.	Karakteristik Responden	67
4.2.1.	Karakteristik Usia	67
4.2.2.	Karakteristik Jenis Kelamin	68
4.2.3.	Kriteria Berdasarkan Pendapatan	68
4.3.	Hasil Penelitian	69
4.3.1.	Analisis Deskriptif	69
4.4.	Hasil <i>Path Analysis</i> Menggunakan <i>Smart PLS SEM</i>	86
4.4.1.	<i>Outer Model</i>	86
4.4.2.	<i>Inner Model</i>	91
4.5.	Pembahasan Hasil Penelitian	95

4.5.1.	Analisis Deskriptif.....	95
4.5.2.	Analisis Hasil Uji Hipotesis	97
BAB V		103
KESIMPULAN DAN SARAN		103
5.1.	Kesimpulan.....	103
5.2.	Saran	104
5.2.1.	Saran Bagi Perusahaan	104
5.2.2.	Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	106
DAFTAR PUSTAKA		107
LAMPIRAN		110