

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR.....	v
DAFTAR LAMPIRAN	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Erigo	1
1.1.2 Produk Erigo	2
1.2 Latar Belakang Penelitian	4
1.3 Rumusan Masalah	19
1.4 Tujuan Penelitian.....	19
1.5 Kegunaan Penelitian.....	20
1.6 Waktu dan Periode Penelitian	20
1.7 Sistematika Penulisan.....	20
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	22
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	22
2.1.1 Manajemen Pemasaran	22
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	23
2.1.3 <i>Theory of reasoned action</i>	23
2.1.4 Citra Merek	26
2.1.5 Dimensi Citra Merek	28
2.1.6 Bauran Pemasaran	29
2.1.7 Dimensi Bauran Pemasaran	30
2.1.8 Kepuasan Pelanggan.....	31
2.1.9 Dimensi Kepuasan Pelanggan	32
2.1.10 Keputusan Pembelian Ulang.....	32
2.1.11 Dimensi Keputusan Pembelian Ulang	33
2.1.12 Pengaruh Citra Merek dengan Kepuasan Pelanggan.....	34
2.1.13 Pengaruh Citra Merek dengan Keputusan Pembelian Ulang	35
2.1.14 Pengaruh Bauran Pemasaran dengan Kepuasan pelanggan.....	35
2.1.15 Pengaruh Bauran Pemasaran dengan Keputusan Pembelian Ulang	36
2.1.16 Pengaruh Kepuasan Pelanggan dengan Keputusan Pembelian Ulang	37
2.2 Penelitian Terdahulu.....	37
2.3 Kerangka Pemikiran	50
2.4 Hipotesis Penelitian	52
2.5 Ruang Lingkup Penelitian	53

BAB III METODE PENELITIAN	54
3.1 Jenis Penelitian	54
3.2 Variabel dan Skala Pengukuran.....	54
3.2.1 Operasional Variabel	54
3.2.2 Skala Pengukuran	59
3.3 Tahapan Penelitian	60
3.4 Populasi dan Sampel	61
3.4.1 Populasi.....	61
3.4.2 Sampel	61
3.5 Pengumpulan Data	62
3.5.1 Teknik Pengumpulan Data	62
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	63
3.6.1 Uji Validitas.....	63
3.6.2 Uji Reliabilitas	64
3.7 Teknik Analisis Data	65
3.7.1 Analisis Deskriptif	65
3.7.2 <i>Structural Equation Modelling (SEM)</i>	67
3.7.3 <i>Partial Least Square (PLS)</i>	67
3.7.4 Pengukuran Model (<i>Outer Model</i>).....	68
3.7.5 Pengukuran Struktural (<i>Inner model</i>)	69
3.7.6 Uji Hipotesis	69
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	72
4.1 Pengumpulan Data	72
4.2 Karakteristik Responden	72
4.2.1 Karakter Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	72
4.2.2 Karakteristik Responde Berdasarkan Pekerjaan.....	73
4.3 Hasil Penelitian.....	73
4.3.1 Analisis Deskriptif	73
4.3.2 Hasil Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	84
4.3.3 Hasil Uji Model Struktural (<i>Inner model</i>)	88
4.3.4 Uji Hipotesis	89
4.4 Pembahasan	93
4.4.1 Pembahasan Analisis Deskriptif Mengenai Citra Merek.....	94
4.4.2 Pembahasan Analisis Deskriptif Mengenai Bauran Pemasaran	94
4.4.3 Pembahasan Analisis Deskriptif Mengenai Kepuasan Pelanggan.....	95
4.4.4 Pembahasan Analisis Deskriptif Mengenai Keputusan Pembelian Ulang	95
4.4.5 Pembahasan Uji Hipotesis	95

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	99
5.1 Kesimpulan.....	99
5.2 Saran.....	101
5.2.1 Bagi Perusahaan.....	101
5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya.....	102
DAFTAR PUSTAKA.....	103
LAMPIRAN.....	107