

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.2 Latar Belakang.....	5
1.3 Rumusan Masalah.....	10
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Manfaat Penelitian	12
1.5.1 Teoritis.....	12
1.5.2 Manfaat Praktis.....	12
1.6 Sistematika Penelitian Laporan Tugas Akhir.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Landasan Teori.....	14
2.1.1 Manajemen Pemasaran	14
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	15
2.1.3 Produk.....	16
2.1.4 Kualitas Produk.....	16
2.1.5 Kualitas Layanan	17
2.1.6 Pengalaman Pelanggan	20

2.1.7 <i>Brand</i>	20
2.1.8 Ekuitas Merek	21
2.1.9 Kepribadian Merek	22
1.1.10 Reputasi Merek	23
1.1.11 Penelitian Terdahulu	23
1.2 Kerangka Pemikiran	30
1.3 Hipotesis Penelitian	34
BAB III METODE PENELITIAN	37
3.1 Jenis Penelitian	37
3.2 Operasional Variabel	38
3.3 Tahapan Penelitian.....	44
3.4 Populasi dan Sampel.....	45
3.4.1 Populasi.....	45
3.4.2 Sampel.....	46
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data	47
3.5.1 Sumber Data.....	47
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.6 Teknik Analisis Data	48
3.6.1 Analisis Deskriptif	48
3.6.2 Multivariate.....	51
3.6.3 Structural Equation Modeling (SEM).....	51
3.6.4 <i>PLS-SEM</i>	52
3.7 Uji Hipotesis	56
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	57
4.1 Karakter Demografi Responden	57

4.2	Analisis Deskriptif	58
4.2.1	Tanggapan Responden Terhadap “Kualitas Interaksi”	59
4.2.2	Tanggapan Responden Terhadap “Lingkungan Fisik”	60
4.2.3	Tanggapan Responden Terhadap “Kualitas Hasil”	63
4.2.4	Tanggapan Responden Terhadap “Pengalaman Pelanggan”	64
4.2.5	Tanggapan Responden Terhadap “Ekuitas Merek”	65
4.2.6	Tanggapan Responden Terhadap “Kepribadian Merek”	67
4.2.7	Tanggapan Responden Terhadap “Reputasi Merek”	68
4.3	Analisis <i>Partial Least Square</i>	70
4.3.1	Evaluasi <i>Outer Model</i> atau <i>Measurement model</i>	70
4.3.2	Evaluasi <i>Inner model</i>	78
4.3.3	Pengujian Hipotesis	81
4.3.4	Hasil Penelitian dan Pembahasan	82
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		85
5.1	Kesimpulan	85
5.2	Saran	85
5.2.1	Aspek Praktis	85
5.2.2	Aspek Teoritis	88
DAFTAR PUSTAKA		90
LAMPIRAN		93