

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING | iii |
| HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS | iv |
| HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI DAN KETUA PRODI | v |
| KATA PENGANTAR | vi |
| HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN AKADEMIS | viii |
| ABSTRAK | ix |
| ABSTRAK | x |
| DAFTAR TABEL | xiv |
| DAFTAR GAMBAR | xv |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian | 1 |
| 1.2 Latar Belakang Penelitian | 4 |
| 1.3 Perumusan Masalah | 12 |
| 1.4 Tujuan Penelitian | 13 |
| 1.5 Manfaat Penelitian | 13 |
| 1.5.1 Aspek Akademis | 13 |
| 1.5.2 Aspek Praktis | 14 |
| 1.6 Sistematika Penulisan | 14 |
| BAB II TIJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN | 16 |
| 2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian | 16 |
| 2.1.1 <i>Brand Image</i> | 16 |
| 2.1.2 <i>Brand Awareness</i> | 19 |
| 2.1.3 <i>Customer Satisfaction</i> | 23 |
| 2.1.4 <i>Continuance Intention</i> | 25 |
| 2.2 Penelitian Terdahulu | 26 |
| 2.3 Kerangka Pemikiran | 57 |
| 2.3.1 Hubungan antara <i>Brand Image</i> dengan <i>Customer Satisfaction</i> | 57 |
| 2.3.2 Hubungan antara <i>Brand Awareness</i> dengan <i>Customer Satisfaction</i> | 57 |
| 2.3.3 Hubungan antara <i>Brand Image</i> dengan <i>Continuance Intention</i> | 58 |
| 2.3.4 Hubungan antara <i>Brand Awareness</i> dengan <i>Continuance Intention</i> | 58 |

| | |
|---|----|
| 2.3.5 Hubungan antara <i>Customer Satisfaction</i> dengan <i>Continuance Intention</i> | 58 |
| 2.3.6 Hubungan antara <i>Brand Image</i> dengan <i>Continuance Intention</i> dimediasi <i>Customer satisfaction</i> | 59 |
| 2.3.6 Hubungan antara <i>Brand Awareness</i> dengan <i>Continuance Intention</i> dimediasi <i>Customer satisfaction</i> | 59 |
| 2.4 Hipotesis Penelitian | 60 |
| 2.5 Ruang Lingkup Penelitian | 61 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 62 |
| 3.1 Jenis Penelitian | 62 |
| 3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran | 62 |
| 3.2.1 Operasional Variabel | 62 |
| 3.2.2 Skala Pengukuran | 70 |
| 3.3 Tahapan Penelitian | 70 |
| 3.4 Populasi dan Sampel | 71 |
| 3.4.1 Populasi | 71 |
| 3.4.2 Sampel | 71 |
| 3.5 Pengumpulan Data | 73 |
| 3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas | 74 |
| 3.6.1 Uji Validitas | 74 |
| 3.6.2 Uji Reliabilitas | 76 |
| 3.7 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis | 76 |
| 3.7.1 Analisis Deskriptif | 76 |
| 3.7.2 <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM) | 78 |
| 3.7.3 Partial Least Square (PLS) | 78 |
| 3.7.4 Pengukuran Struktural (<i>Inner Model</i>) | 78 |
| 3.7.5 Pengujian Hipotesis | 79 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 81 |
| 4.1. Karakteristik Responden | 81 |
| 4.1.1. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin | 83 |
| 4.1.2. Karakteristik Responden berdasarkan Usia | 84 |
| 4.1.3. Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir | 86 |
| 4.1.4. Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan | 87 |

| | | |
|----------------------------|---|-----|
| 4.1.5. | Karakteristik Responden berdasarkan Pendapatan | 89 |
| 4.1.6. | Karakteristik Responden berdasarkan Domisili | 90 |
| 4.1.7. | Karakteristik Responden berdasarkan Lama Berlangganan | 91 |
| 4.1.8. | Karakteristik Responden berdasarkan Paket yang Digunakan | 93 |
| 4.1.9. | Karakteristik Responden berdasarkan Tagihan yang Dibayar | 94 |
| 4.2. | Analisis Deskriptif | 96 |
| 4.2.1. | Analisis Deskriptif Variabel Brand Image | 96 |
| 4.2.2. | Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand Awareness</i> | 102 |
| 4.2.3. | Analisis Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i> | 106 |
| 4.2.4. | Analisis Deskriptif Variabel <i>Continuance Intention</i> | 113 |
| 4.3. | Hasil Penelitian | 119 |
| 4.3.1. | Uji Measurement Model (Outer Model) | 119 |
| 4.3.2. | Uji Structural Model (Inner Model) | 124 |
| 4.3.3. | Uji Hipotesis | 129 |
| 4.4. | Pembahasan Hasil Penelitian | 132 |
| 4.4.1. | Pembahasan Karakteristik Responden | 132 |
| 4.4.2. | Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis | 138 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | | 142 |
| 5.1. | Kesimpulan | 142 |
| 5.2. | Saran | 144 |
| 5.2.1. | Aspek Akademis | 144 |
| 5.2.2. | Aspek Praktis | 144 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 147 |
| LAMPIRAN | | 155 |