

DAFTAR ISI

Halalaman Judul	ii
Pernyataan Bebas Plagiarisme	iii
Halaman Pengesahan Skripsi	iv
Halaman Moto	v
Halaman Persembahan	vi
Halaman Kata Pengantar	vii
Halaman Daftar Isi	x
Halaman Daftar Tabel	xiii
Halaman Daftar Gambar.....	xiv
Halaman Abstraksi	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Batasan Masalah	10
1.5 Manfaat Penelitian	13
1.6 Lingkup Penelitian.....	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	
2.1 Loyalitas	15
2.2 Brand Image.....	17
2.3 Kepuasan Konsumen	24
2.4 Model Penelitian	28
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1 Lokasi Penelitian	29
3.2 Unit Analisis	29

3.3 Variabel dan Definisi Operasional.....	20
3.3.1 Loyalitas	30
3.3.2 Citra Merek.....	31
3.3.3 Kepuasan	32
3.4 Populasi dan Sampel.....	33
3.5 Alat Pengambilan Data Dan Skala	34
3.6 Uji Instrumen Penelitian	36
3.6.1 Uji Validitas.....	36
3.6.2 Uji Realibilitas.....	39
3.7 Alat Analisis Data.....	40
3.7.1 Gambaran Responden.....	40
3.8 Analisis Data.....	41
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	47
4.1.1 Hasil Uji Validitas Instrumen	47
4.1.2 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	49
4.2 Analisis Deskriptif Responden	49
4.2.1 Karakteristik Responden.....	49
4.2.2 Analisis Penelitian Responden Terhadap Variabel Citra Merek, Kepuasan, dan Loyalitas Pelanggan	51
4.3 Uji Asumsi Klasik.....	56
4.3.1 Uji Normalitas	56
4.3.2 Uji Linearitas.....	57
4.3.3 Uji Heteroskedastisitas	58
4.4 Analisis Regresi Linier	59
4.4.1 Hasil Analisis Linier Dengan Metode OLS (Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan)	59

4.4.2 Hasil Analisis Linier Dengan Metode OLS (Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan)	61
4.4.3 Hasil Analisis Linier Dengan Metode OLS (Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan)	63
4.4.4 Analisis Pengaruh Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel <i>Intervening</i>	66
4.5 Pembahasan	67
4.5.1 Pengaruh Variabel Citra Merek (X) Terhadap Variabel Loyalitas Pelanggan Mahasiswi UII Yogyakarta (Y ₂)	67
4.5.2 Pengaruh Variabel Citra Merek (X) Terhadap Kepuasan Pelanggan Mahasiswi UII Yogyakarta (Y ₁)	70
4.5.3 Pengaruh Variabel Kepuasan Pelanggan (Y ₁) Terhadap Variabel Loyalitas Pelanggan Mahasiswi UII Yogyakarta (Y ₂)	72
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	 75
5.1 Kesimpulan	75
5.2 Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN	80

DAFTAR TABEL

Tabel

3.1 Daftar Nama Fakultas Yang Menjadi Responden	33
3.2 Hasil Uji Validitas Item-item Variabel Citra Merek (X) dan Kepuasan Pelanggan (Y)	37
3.3 Hasil Uji Validitas Item-item Loyalitas (Y_2)	38
3.4 Hasil Uji Reliabilitas	40
4.1 Hasil Uji Validitas Item-item Variabel Citra Merek (X) dan Kepuasan Pelanggan (Y)	47
4.2 Hasil Uji Validitas Item-item Loyalitas (Y_2)	48
4.3 Hasil Uji Reliabilitas	49
4.4 Jenis Kelamin Responden.....	50
4.5 Umur Responden	50
4.6 Interval Skala.....	52
4.7 Penilaian Responden Terhadap Citra Merek	52
4.8 Penilaian Responden Terhadap Kepuasan.....	53
4.9 Penilaian Responden Terhadap Loyalitas	55
4.10 Hasil Uji Normalitas Dengan <i>Kolmogorov Smirnov Test</i>	57
4.11 Hasil Uji Linearitas.....	57
4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan <i>Glejser</i>	58
4.13 Hasil Regresi Linier Metode OLS	59
4.14 Hasil Regresi Linier Metode OLS	61

4.15 Hasil Regresi Linier Metode OLS	64
4.16 Hasil Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar

1.1 Perkembangan Industri Kosmetik	8
1.2 Data Penjualan Kosmetik di Indonesia 3 Tahun Terakhir.....	34

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	
Lampiran 1.....	80
Lampiran 2.....	85
Lampiran 3.....	86
Lampiran 4.....	88
Lampiran 5.....	92