

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN BERITA ACARA	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iv
HALAMAN MOTO	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB 1: PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Batasan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
Manfaat Penelitian	7
BAB II: KAJIAN PUSTAKA	8
2.1 Loyalitas Pelanggan	8
2.2 Kepuasan Pelanggan	10
2.3 Kualitas Layanan	14
2.4 <i>Merchandising</i>	18
2.5 Model Penelitian	21
BAB III: METODE PENELITIAN	22
3.1 Lokasi	22
3.2 Populasi dan Sampel	22
3.3 Data dan Teknik Pengumpulan Data	23
3.4 Definisi Operasional	24
3.4.1 Variabel Loyalitas Pelanggan	24

3.4.2 Variabel Kepuasan Pelanggan	24
3.4.3 Variabel Kualitas Layanan	25
3.4.4 Variabel <i>Merchandising</i>	26
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian	26
3.5.1 Uji Validitas	26
3.5.1.1 Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan	27
3.5.1.2 Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan	28
3.5.1.3 Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan	28
3.5.1.4 Uji Validitas Variabel <i>Merchandising</i>	29
3.5.2 Uji Reliabilitas	30
3.6 Analisis Data	31
3.6.1 Analisis Deskriptif (Gambaran Responden)	31
3.6.2 <i>Structural Equation Model</i> (SEM)	31
3.6.2.1 Uji Kualitas Data	31
3.6.2.2 Uji <i>Measurement Model</i>	33
3.6.2.3 Uji <i>Structural Model</i>	34
3.6.2.4 Interpretasi dan Modifikasi Model	35
3.6.3 Uji Hipotesis	36
BAB IV: HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	37
4.1 Karakteristik Responden	38
4.2 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	42
4.3 Hasil Analisis SEM	46
4.3.1 Uji Normalitas	46
4.3.2 Uji <i>Outlier</i>	47
4.3.3 Uji <i>Measurement Model</i>	48
4.3.4 Uji <i>Structural Model</i>	50
4.5 Menilai <i>Goodness of Fit</i> (Uji Kesesuaian Model)	51
4.6 Pengujian Hipotesis	52
4.6.1 Analisis Pengaruh Dengan Kepuasan Pelanggan	
4.6.2 Sebagai Variabel Intervening.....	54
4.7 Pembahasan	55
4.7.1 Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas	55

4.7.2 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas	55
4.7.3 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan	55
4.7.4 Pengaruh <i>Merchandising</i> Terhadap Loyalitas	56
4.7.5 Pengaruh <i>Merchandising</i> Terhadap Kepuasan	56
BAB V: KESIMPULAN, SARAN DAN IMPLIKASI.....	58
5.2 Kesimpulan	58
5.3 Saran dan Implikasi Penelitian	59
Referensi	61
Lampiran	

