

## DAFTAR ISI

RINGKASAN.....	3
DAFTAR ISI .....	5
DAFTAR GAMBAR.....	8
DAFTAR LAMPIRAN .....	9
BAB I.....	10
PENDAHULUAN .....	10
1.1 Latar Belakang.....	10
1.2 Perumusan Masalah .....	12
1.3 Batasan Masalah .....	15
1.4 Luaran Penelitian .....	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	16
2.1 Costumer Value (Nilai Pelanggan).....	16
2.2 Dimensi Faktor Customer Value .....	17
2.2.1 Penciptaan Customer Value.....	17
2.3 Brand Image (Citra Merek).....	18
2.3.1 Faktor – Faktor Pembentuk Brand Image.....	19
2.2.3 Variabel Brand Image .....	20
2.3.2 Unsur-Unsur Brand Image.....	20
2.4 Brand Trust (Kepercayaan Brand).....	21
2.4.1 Variabel Brand Trust .....	22
2.5 Customer Loyalty (Loyalitas Pelanggan) .....	23
2.5.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Customer Loyalty.....	24
2.5.2 <i>Experience Quality</i> .....	26
2.5.3 Perceived Value.....	26
2.5.4 Variabel Intervening.....	27
BAB III.....	30
TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN.....	30
3.1 Tujuan Penelitian .....	30
3.2 Manfaat Penelitian .....	30
3.2.1 Manfaat Keilmuan .....	30
3.2.2 Manfaat Praktis.....	30
BAB IV.....	31
METODE PENELITIAN .....	31
4.1 Model Konseptual Penelitian.....	31
4.2 Sistematika Penelitian.....	32
4.3 Waktu dan Tempat Penelitian.....	32
4.4 Data .....	33

4.4.1	Jenis Data.....	33
4.4.2	Teknik Pengumpulan Data .....	33
4.5	Teknik Analisis .....	34
4.5.1	Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel .....	34
4.5.2	Teknik Analisa Data .....	34
BAB V	.....	37
HASIL DAN PEMBAHASAN	.....	37
5.1	Karakteristik Responden Penelitian.....	37
5.2	Pengujian Instrumen Penelitian .....	38
5.2.1	Uji Validitas.....	38
5.2.2	Uji Reliabilitas.....	39
5.3	Pengujian Hipotesis .....	41
5.3.1	Deskripsi Variabel Penelitian .....	41
5.3.1	Sumber data diolah, 2015.....	41
5.3.2	Analisa Regression .....	43
5.3.3	Uji T test.....	45
BAB VI	.....	47
KESIMPULAN DAN SARAN	.....	47
6.1	Kesimpulan .....	47
6.2	Saran .....	48
DAFTAR PUSTAKA	.....	49
6.2.1	Sumber data diolah, 2015 .....	66