

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Kegunaan Hasil Penelitian.....	6
1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	7
1.5.1 Lokasi Penelitian.....	7
1.5.2 Jadwal Penelitian.....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b>	<b>9</b>
2.1 Tinjauan Pustaka.....	9
2.1.1 Citra merek.....	9
2.1.1.1 Indikator Citra merek.....	11
2.1.2 Pengalaman merek.....	12
2.1.2.1 Indikator Pengalaman merek.....	14
2.1.3 Kepuasan pelanggan.....	15
2.1.3.1 Dimensi Kepuasan pelanggan.....	17
2.1.3.2 Faktor-Faktor yang Menentukan Tingkat Kepuasan.....	18
2.1.3.3 Mengukur Kepuasan Konsumen.....	19
2.1.3.4 Indikator Kepuasan Konsumen.....	21
2.2 Penelitian Terdahulu.....	22
2.3 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis.....	25
2.3.1 Kerangka Pemikiran.....	25
2.3.2 Hipotesis.....	28
<b>BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN.....</b>	<b>29</b>
3.1 Objek Penelitian.....	29
3.1.1 Profil Perusahaan.....	29
3.2 Metode Penelitian.....	29
3.2.1 Jenis Penelitian.....	30

3.2.2	Operasionalisasi Variabel.....	30
3.2.3	Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.2.3.1	Jenis dan Sumber Data.....	34
3.2.3.2	Populasi dan Sasaran.....	35
3.2.3.3	Penentuan Sampel.....	35
3.2.3.4	Metode Pengumpulan Data.....	37
3.3	Model penelitian.....	38
3.4	Teknik Analisis Data.....	38
3.4.1	Analisis Data Structural Equation Modeling (SEM).....	38
3.4.1.1	Pengembangan Model Berbasis Teori.....	40
3.4.1.2	Pengembangan <i>Path</i> Diagram.....	41
3.4.1.3	Konversi <i>Path</i> ke Dalam Persamaan.....	42
3.4.1.4	Memilih Matriks Input dan Estimasi Model.....	44
3.4.1.5	Kemungkinan Munculnya Masalah Identifikasi.....	44
3.4.1.6	Asumsi SEM.....	44
3.4.1.7	Evaluasi Kinerja <i>Goodness-of-fit</i> .....	46
3.4.1.8	Uji Validitas dan Reabilitas.....	49
3.4.1.9	Evaluasi atas <i>Regression Weight</i> sebagai Pengujian Hipotesis.....	50
3.4.1.10	Interpretasi dan Modifikasi Model.....	51
3.4.2	Uji Sobel Test.....	51
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>53</b>
4.1	Hasil Penelitian.....	53
4.1.1	Karakteristik Responden.....	53
4.1.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
4.1.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	54
4.1.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	55
4.1.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Wilayah.....	56
4.1.2	Analisis Deskriptif Variabel.....	57
4.1.2.1	Frekuensi Jawaban Variabel Citra merek.....	58
4.1.2.2	Frekuensi Jawaban Variabel Pengalaman merek.....	60
4.1.2.3	Frekuensi Jawaban Variabel Kepuasan pelanggan.....	63
4.1.3	Analisis <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM).....	66
4.1.3.1	Uji Measurement Model (Confirmatory Factor Analysis).....	66

4.1.3.1.1	<i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Eksogen .....	67
4.1.3.1.2	<i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Endogen .....	68
4.1.3.2	Evaluasi Atas Asumsi-asumsi SEM .....	71
4.1.3.2.1	Uji Normalitas .....	71
4.1.3.2.2	Uji Sampel .....	72
4.1.3.2.3	Evaluasi <i>Univariate Outlier</i> .....	72
4.1.3.2.4	Evaluasi <i>Multivariate Outliers</i> .....	72
4.1.3.2.5	Evaluasi multikolinieritas dan singularitas .....	73
4.1.3.3	Evaluasi Kinerja <i>Goodness-of-fit</i> .....	73
4.1.3.4	Uji Validitas dan Realibilitas .....	75
4.1.3.5	Pengujian Hipotesis .....	79
4.1.3.6	Pengujian Mediasi Variabel .....	80
4.2	Pembahasan .....	81
4.2.1	Citra merek, Pengalaman merek, dan Kepuasan pelanggan Berpengaruh Terhadap Rumah Makan Jembar .....	81
4.2.2	Citra merek Berpengaruh Terhadap Kepuasan pelanggan Pada Rumah Makan Jembar .....	82
4.2.3	Citra merek Berpengaruh Terhadap Pengalaman merek di Rumah Makan Jembar	83
4.2.4	Pengalaman merek Berpengaruh Terhadap Kepuasan pelanggan Rumah Makan Jembar .....	84
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>86</b>
5.1	Simpulan .....	86
5.2	Saran .....	87
5.2.1	Saran Bagi Praktisi .....	87
5.2.2	Saran Bagi Akademisi .....	88
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>90</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>96</b>

## DAFTAR TABEL

NO	Judul	Halaman
2.1	Penelitian Terdahulu .....	22
3.1	Operasionalisasi Variabel -Variabel Penelitian.....	32
3.2	Variable dan Konstruk Penelitian .....	40
3.3	Model Persamaan Struktural .....	43
3.4	Model Persamaan Struktural .....	43
3.5	Kriteria <i>Goodness of Fit</i> .....	49
4.1	Analisis Statistik Citra merek.....	58
4.2	Analisis Statistik Pengalaman merek .....	61
4.3	Analisis Statistik Kepuasan pelanggan .....	63
4.4	<i>Confirmatory Factor Analys</i> Variabel Oksigen .....	68
4.5	<i>ConfirmatoryFactor Analysis</i> Variabel Endogen.....	70
4.6	Uji Normalitas .....	71
4.7	Uji Full Model <i>Goodness of fit</i> SEM .....	74
4.8	Uji Validitas .....	75
4.9	Uji Signifikansi Koefisien.....	79
4.10	Pengaruh Variabel .....	79

## DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Halaman
3.1	Model Penelitian .....	38
3.2	Path Diagram Penelitian.....	42
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	54
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	55
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Kota.....	56
4.5	Hasil <i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Eksogen.....	67
4.6	Hasil <i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Endogen .....	69
4.7	Hasil Uji <i>Full Model SEM</i> .....	73