

DAFTAR ISI

PENGESAHAN	i
PERNYATAAN ORSINALITAS SKRIPSI	ii
ABSTRACT	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	13
1.3 Tujuan Penelitian	14
1.4 Kegunaan Hasil Penelitian.....	14
1.5 Lokasi dan Jadwal.....	16
1.5.1 Lokasi Penelitain.....	16
1.5.2 Jadwal Penelitian	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	17
2.1 Tinjauan Pustaka.....	17
2.1.1 Pemasaran relasional.....	17
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran relasional	17
2.1.1.2 Dimensi Pemasaran relasional	19
2.1.2 Loyalitas Pelanggan	20
2.1.2.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan	20
2.1.2.2 Indikator Loyalitas Pelanggan.....	21
2.1.3 Ekuitas merek.....	22
2.1.3.1 Pengertian Ekuitas merek.....	22
2.1.3.2 Dimensi Ekuitas merek	23
2.1.4 Penelitian Terdahulu	24
2.2 Kerangka Pemikiran.....	28
2.3 Hipotesis	32
BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN	34

3.1	Objek Penelitian	34
3.2	Metode Penelitian	34
3.2.1	Operasional Variabel.....	34
3.2.2	Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.3	Model Penelitian.....	39
3.4	Teknik Analisis Data	39
3.4.1	Pengembangan Model Berbasis Teori	40
3.4.2	Pengembangan <i>Path Diagram</i>	41
3.4.3	Konversi Path Dalam Diagram	42
3.4.4	Memilih Matriks Input dan Persamaan model	43
3.4.5	Kemungkinan Munculnya Masalah Identifikasi	44
3.4.6	Evaluasi Asumsi SEM	44
3.4.7	Evaluasi Kinerja <i>Goodnes-of-fit</i>	46
3.4.8	Uji Validitas dan Reabilitas	48
3.4.9	Evaluasi Atas <i>Regretion Weight</i> Sebagai Pengujian Hipotesis.....	49
3.4.10	Interpretasi dan Modifikasi Model.....	50
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	51
4.1	Hasil Penelitian	51
4.1.1	Karakteristik Responden	51
4.1.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
4.1.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	52
4.1.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	53
4.1.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Wilayah	55
4.1.2	Analisis Deskriptif Variabel.....	56
4.1.2.1	Frekuensi Jawaban Variabel Pemasaran Relasional.....	57
4.1.2.2	Frekuensi Jawaban Variabel Loyalitas Pelanggan	60
4.1.2.3	Frekuensi Jawaban Variabel Ekuitas Merek	62
4.1.1	Analisis <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM)	65
4.1.3.1	Uji <i>Measurement Model</i> (<i>Confirmatory Factor Analysis</i>)	66
4.1.3.1.1	<i>Comfirmatory Factor Analysis</i> Variabel Eksogen	66
4.1.3.1	Evaluasi Atas Asumsi-asumsi SEM.....	71
4.1.3.2	Evaluasi Kinerja <i>Goodness-of-fit</i>	74
4.1.3.3	Uji Validitas dan Realibitas.....	76

4.1.3.4	Pengujian Hipotesis.....	80
4.1.3.5	Interpretasi dan Modifikasi Model	82
4.1.3.6	Pengujian Mediasi Variabel	83
4.1	Pembahasan	83
4.2.1	Pemasaran relasional, loyalitas pelanggan, dan ekuitas merek Berpengaruh Terhadap Kimochi <i>Vape Store</i> Tasikmalaya.....	83
4.2.2	Pemasaran Relasional Berpengaruh Terhadap Loyalitas pelanggan Pada Kimochi <i>Vape Store</i> Tasikmalaya.....	84
4.2.3	Pemasaran Relasional berpengaruh Terhadap Ekuitas merek di Kimochi <i>Vape Store</i> Tasikmalaya.....	86
4.2.4	Ekuitas merek Berpengaruh Terhadap Loyalitas pelanggan Kimochi <i>Vape Store</i> Tasikmalaya	87
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN.....	89
5.1	Simpulan.....	89
5.2	Saran	90
5.2.1	Saran Bagi Praktisi.....	90
5.2.2	Saran Bagi Akademisi.....	91
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN.....	99

DAFTAR TABEL

No	Judul	Hal
1.1	Data omzet Bulan Mei – Oktober 2022 Kimochi <i>Vape store</i> Tasikmalaya	6
1.2	Data Jumlah Pembeli Bulan Mei – Oktober 2022 Kimochi <i>Vape store</i> Tasikmalaya	8
2.1	Penelitian Terdahulu	25
3.1	Operasional Variabel.....	35
3.2	Variabel dan Konstruk Penelitian.....	40
3.3	Model Pesamaan Struktural.....	43
3.4	Model Pengukuran.....	43
3.5	Indeks Pengujian Kelayakan Model (<i>Goodness-of-fit-Index</i>).....	48
4.1	Analisis Statistik Pemasaran Relasional.....	57
4.2	Analisis Statistik Loyalitas Pelanggan.....	60
4.3	Analisis Statistik Ekuitas Merek.....	63
4.4	Confirmatory Factor Analys Variabel Eksogen.....	68
4.5	ConfirmatoryFactor Analysis Variabel Endogen.....	70
4.6	Uji Normalitas.....	72
4.7	Uji Full Model Goodness of fit SEM.....	75
4.8	Uji Validitas.....	77
4.9	Uji Signifikansi Koefisien.....	80
4.10	Pengaruh Variabel.....	81

DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Hal
1.1	Total & Proyeksi Pendapatan Global dari Sektor Rokok Elektrik Tahun 2012-2025.....	3
1.2	Persentase Pengguna Rokok Elektrik Berdasarkan usia Tahun 2022.....	4
1.3	Grafik <i>Trend Line</i> Pada Omzet Kimochi <i>Vape store</i> Tasikmalaya Mei-Oktober 2022.....	7
1.4	Grafik <i>Trend Line</i> Pada Jumlah Pelanggan Kimochi <i>Vape store</i> Tasikmalaya Mei-Oktober 2022	9
3.1	Model Penelitian.....	39
3.2	<i>Path diagram</i> penelitian.....	42
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	52
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	54
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Kota.....	55
4.5	Hasil Confirmatory Factor Analysis Variabel Eksogen.....	67
4.6	Hasil Confirmatory Factor Analysis Variabel Endogen.....	69
4.7	Hasil Uji Full Model SEM.....	74

DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul	Hal
1	Jadwal Kegiatan Penelitian.....	100
2	Kuisoner Penelitian 2023	101
3	Data Hasil Kuisoner Penelitian.....	106
4	Evaluasi atas Asumsi-asumsi SEM.....	111
5	Evaluasi Goodness of Fit.....	115
6	Uji Validasi dan Reliabilitas.....	118
7	Uji Pengaruh Variabel.....	119
8	Interpretasi dan Modifikasi.....	120
9	Pengujian Variabel Mediasi.....	121