

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN	ii
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Kegunaan Hasil Penelitian	8
1.5 Alokasi dan Jadwal Penelitian.....	9
1.5.1 Lokasi Penelitian	9
1.5.2 Jadwal Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	10
2.1 Tinjauan Pustaka.....	10
2.1.1 Pengalaman Merek (<i>Brand Experience</i>).....	10
2.1.2 Kepuasan Konsumen	12
2.1.3 Minat Pembelian Ulang (<i>Repurchase Intention</i>).....	15
2.1.4 Penelitian Terdahulu	18
2.2 Kerangka Pemikiran	22

2.3	Hipotesis.....	26
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN.....		27
3.1	Objek Penelitian	27
3.2	Metode Penelitian	27
3.2.1	Operasionalisasi Variabel	27
3.2.2	Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.2.3	Metode Pengumpulan Data.....	31
3.3	Model Penelitian.....	32
3.4	Teknik Analisis Data	33
3.4.1	Pengembangan Model Berbasis Teori	33
3.4.2	Pengembangan <i>Path Diagram</i>	35
3.4.3	Konversi Path Kedalam Diagram.....	36
3.4.4	Memilih Matriks Input dan Persamaan Model.....	37
3.4.5	Kemungkinan Munculnya Masalah Identifikasi	38
3.4.6	Evaluasi Asumsi SEM	38
3.4.7	Evaluasi Kinerja <i>Goodness-of-Fit</i>	40
3.4.8	Uji Validitas dan Reabilitas	42
3.4.9	Evaluasi atas <i>Regretion Weight</i> Sebagai Pengujian Hipotesis	43
3.4.10	Hipotesis Statistika	44
3.4.11	Intepretasi dan Modifikasi Model	44
BAB IV		46
4.1	Hasil Penelitian.....	46
4.1.1	Analisis Deskriptif Responden.....	46
4.1.2	Analisis Deskriptif Variabel.....	49
4.1.3	Analisis <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM).....	59

4.2 Pembahasan.....	77
BAB V.....	80
5.1 Simpulan	80
5.2 Saran	81
DAFTAR PUSTAKA.....	83
LAMPIRAN	89