

DAFTAR ISI	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN.....	iii
ABSTRACT.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Kegunaan Hasil Penelitian.....	12
1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	13
1.5.1 Lokasi Penelitian.....	13
1.5.2 Jadwal Penelitian.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN	
HIPOTESIS.....	15
2.1 Tinjauan Pustaka.....	15
2.1.1 Kualitas Produk.....	15
2.1.1.1 Pengertian Kualitas Produk.....	15
2.1.1.2 Dimensi Kualitas Produk.....	17
2.1.2 Kepercayaan Pelanggan.....	18

2.1.2.1 Pengertian Kepercayaan Pelanggan	19
2.1.2.2 Indikator Kepercayaan Pelanggan	20
2.1.3 Kepuasan Pelanggan	21
2.1.3.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan	22
2.1.3.2 Indikator Kepuasan Pelanggan.....	23
2.1.4 Loyalitas pelanggan	24
2.1.4.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan	24
2.1.4.2 Indikator Loyalitas Pelanggan.....	26
2.1.5 Penelitian Terdahulu	27
2.2 Kerangka Pemikiran	30
2.3 Hipotesis	36
BAB III.....	38
OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN	38
3.1 Objek Penelitian.....	38
3.2 Metode Penelitian	38
3.2.1 Operasional Variabel	38
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data	40
3.2.2.1 Jenis Data	40
3.2.2.2 Populasi Sasaran.....	41
3.2.2.3 Penentuan Sampel	41
3.2.2.4 Teknik Sampling	42
3.2.3 Metode Pengumpulan Data.....	42

3.3	Model Penelitian	43
3.4	Teknik Analisis Data	44
3.4.1	Pengembangan Model Berbasis Teori.....	44
3.4.2	Pengembangan <i>Path Diagram</i>	46
3.4.3	Konversi Path Dalam Diagram	47
3.4.4	Memilih Matriks Input dan Persamaan model	48
3.4.5	Kemungkinan Munculnya Masalah Identifikasi.....	49
3.4.6	Evaluasi Asumsi SEM.....	49
3.4.7	Evaluasi Kinerja <i>Goodnes-of-fit</i>	51
3.4.8	Uji Validitas dan Reabilitas.....	53
3.4.9	Evaluasi Atas <i>Regretion Weight</i> Sebagai Pengujian Hipotesis	54
3.4.10	Hipotesis Statistika	55
3.4.11	Interpretasi dan Modifikasi Model.....	56
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		57
4.1	Hasil Penelitian	57
4.1.1	Karakteristik Responden.....	57
4.1.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
4.1.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	58
4.1.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	59
4.1.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Wilayah.....	60
4.1.2	Analisis Deskriptif Variabel	62

4.1.2.1	Frekuensi Jawaban Variabel Kualitas Produk.....	64
4.1.2.2	Frekuensi Jawaban Variabel Kepuasan Pelanggan	68
4.1.2.3	Frekuensi Jawaban Variabel Kepercayaan Pelanggan.....	70
4.1.2.4	Frekuensi Jawaban Variabel Loyalitas Pelanggan	73
4.1.3	Analisis <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM).....	76
4.1.3.1	Uji <i>Measurement Model</i> (<i>Confirmatory Factor Analysis</i>).....	76
4.1.3.1.1	Comfirmatory <i>Factor Analysis</i> Variabel Eksogen	76
4.1.3.1.2	Comfirmatory <i>Factor Analysis</i> Variabel Endogen	79
4.1.3.2	Evaluasi Atas Asumsi-asumsi SEM.....	81
4.1.3.2.1	Uji Normalitas.....	82
4.1.3.2.2	Uji Sampel	83
4.1.3.2.3	Evaluasi <i>Univariate Outlier</i>	83
4.1.3.2.4	Evaluasi <i>Multivariate Outliers</i>	84
4.1.3.2.5	Evaluasi multikolinieritas dan singularitas	84
4.1.3.3	Evaluasi Kinerja <i>Goodness-of-fit</i>	85
4.1.3.4	Uji Validitas dan Realibitas.....	87
4.1.3.5	Pengujian Hipotesis.....	91
4.1.3.6	Interpretasi dan Modifikasi Model.....	94
4.1.3.7	Pengujian Mediasi Variabel	95
4.2	Pembahasan	96

4.2.1	Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Berpengaruh Terhadap Kopi Siloka 1 Tarumanagara	96
4.2.2	Kualitas Produk Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan di Kopi Siloka 1 Tarumanagara	97
4.2.3	Kualitas Produk Berpengaruh Terhadap Kepercayaan Pelanggan Pada Pelanggan Kopi Siloka 1 Tarumanagara	98
4.2.4	Kepuasan Pelanggan Berpengaruh Terhadap Kepercayaan Pelanggan Pada Pelanggan Kopi Siloka 1 Tarumanagara	99
4.2.5	Kepuasan Pelanggan Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pelanggan Kopi Siloka 1 Tarumanagara.....	100
4.2.6	Kepercayaan Pelanggan Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan Kopi Siloka 1 Tarumanagara	101
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		102
5.1	Simpulan	102
5.2	Saran	104
5.2.1	Saran Bagi Praktisi	104
5.2.2	Saran Bagi Akademisi	104
DAFTAR PUSTAKA		106
LAMPIRAN.....		113

DAFTAR GAMBAR

No	Judul Gambar	Halaman
1.1	Grafik Trend Line Pada Produk Terjual Kopi Siloka 1 Tarumanagara Mei- Oktober 2022.....	4
1.2	Grafik Trend Line Pada Pengunjung Kopi Siloka 1 Tarumanagara Mei-Oktober 2022.....	6
3.1	Model Penelitian.....	45
3.2	Path Diagram Penelitian.....	48
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan jenis Kelamin	57
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	58
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	59
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Kota	61
4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Kecamatan	61
4.6	Hasil <i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Eksogen	77
4.7	Hasil <i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Endogen	79
4.8	Hasil Uji Full Model SEM	85

DAFTAR TABEL

No	Judul Tabel	Halaman
1.1	Penjualan Kopi Siloka 1 Tarumanagara bulan Mei-Oktober 2022.....	3
1.2	Jumlah Pengunjung Kopi Siloka 1 Tarumanagara Bulan Mei-Oktober 2022.....	5
2.1	Penelitian Terdahulu.....	29
3.1	Operasional Variabel.....	40
3.2	Variabel dan Konstruk Penelitian.....	46
3.3	Model Pesamaan Struktural.....	49
3.4	Model Pengukuran.....	49
3.5	Indeks Pengujian Kelayakan Model (<i>Goodness-of-fit Index</i>).....	54
4.1	Analisis Statistik Kualitas Produk	64
4.2	Analisis Statistik Kepuasan Pelanggan	68
4.3	Analisis Statistik Kepercayaan Pelanggan	61
4.4	Analisis Statistik Loyalitas Pelanggan	73
4.5	<i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Eksogen	78
4.6	<i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Endogen	81
4.7	Uji Normalitas	82
4.8	Uji <i>Full Model Goodness of fit SEM</i>	85
4.9	Uji Validitas	87
4.10	Uji Signifikansi Koefisien	91
4.11	Pengaruh Variabel	91