

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	13
C. Pembatasan Masalah .....	14
D. Rumusan Masalah.....	15
D. Kegunaan Penelitian.....	16
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b> ..	18
A. Kajian Pustaka .....	18
1. Variabel Harga / <i>Price</i> .....	18
2. Variabel Lokasi Toko / <i>Store Location</i> .....	20
3. Variabel Kualitas Layanan / <i>Service Quality</i> .....	21
4. Variabel Kepuasan Konsumen / <i>Customer Satisfaction</i> .....	27
5. Variabel Loyalitas Konsumen .....	31
B. HASIL PENELITIAN YANG RELEVAN.....	33
C. KERANGKA TEORITIK .....	45
D. Perumusan Hipotesis Penelitian .....	48
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	49
A. Tujuan Penelitian.....	49
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	50
C. Metode Penelitian.....	50
D. Populasi dan Sampel .....	51
E. Teknik Pengumpulan Data .....	54
1. Variable Penelitian dan Pengukurannya.....	55
a. Variabel dependen.....	56
b. Variable indenpenden.....	56
c. Variabel Intervening.....	57
2. Operasional Variabel.....	57
<i>Sumber : data diolah peneliti,2016</i> .....	62

3. Skala Pengukuran .....	62
F. Teknik Analisis Data .....	62
1. Teknik Structural Equation Model (SEM) .....	63
2. Uji Validitas .....	63
3. Uji Reabilitas .....	65
4. Uji Kesesuaian Model .....	65
5. Pengujian Hipotesis .....	69
6. Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung .....	69
7. Model SEM .....	70
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>72</b>
A. Deskripsi Unit Analisis .....	72
B. Hasil Pengujian dan Pembahasan .....	88
Analisis Deskriptif .....	88
Variabel Harga .....	88
Variabel Lokasi .....	91
Variable Kualitas Layanan .....	93
Variable Kepuasan Konsumen .....	96
2. Uji Instrumen .....	99
2.1 Uji Validitas .....	100
2.2.1 Uji Reliabilitas .....	104
Confirmatory Factor Analysis .....	105
3.1 Second Order Construct .....	105
Variabel Harga .....	106
Variable Lokasi / (location) .....	108
Variabel Kualitas layanan (services quality) .....	110
Varibel Kepuasan Konsumen / ( <i>Customer Satisfaction</i> ) .....	112
Variabel Loyalitas Konsumen .....	114
4. Full Model SEM .....	115
5. Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung .....	117
7. Uji Hipotesis .....	119
<b>BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN .....</b>	<b>123</b>

a. Kesimpulan .....	123
B.Implikasi Praktis.....	126
C.    Saran.....	129
1.    Saran Teoritis .....	129
2 . Saran Praktis .....	130
DAFTAR PUSTAKA.....	132
LAMPIRAN.....	136
RIWAYAT HIDUP .....	164

## DAFTAR LAMPIRAN

### Lampiran

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian
Lampiran 2	Uji Validitas
Lampiran 3	Uji Reliabilitas
Lampiran 4	<i>fitt indices</i> harga
Lampiran 5	<i>fitt indices</i> Lokasi
Lampiran 6	<i>fitt indices</i> Kualitas Layanan
Lampiran 7	<i>fitt indices</i> Kepuasan Konsumen
Lampiran 8	<i>fitt indices</i> Loyalitas Konsumen
Lampiran 9	<i>fitt indices Full model</i>
Lampiran 10	Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung
Lampiran 11	Uji Hipotesis

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
I.1	Jumlah Usaha Ekonomi Kreatif.....	5
I.2	Review Keluhan Konsumen.....	8
I.3	Data Hasil Pra-riset.....	10
I.4	Review Penelitian Terdahulu.....	11
I.5	Variabel Penelitian.....	12
II.1	Matrix Jurnal.....	45
III.1	Operasional Variabel.....	58
III.2	Skala Likert.....	63
III.3	Goodness Of Fit Indices.....	69
IV.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Dan Gender.....	72
IV.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan dan Domisili.....	73
IV.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Gender dan status pernikahan.....	75
IV.4	Karakteristik Responden Berdasarkan pendapatan.....	76
IV.5	Analisis Deskriptif Variable Harga.....	81
IV. 6	Analisis Deskriptif Variable Lokasi.....	83
IV.7	Analisis Deskriptif Variable Kualitas Layanan.....	85
IV.8	Analisis Deskriptif Variable Kepuasan Konsumen.....	88
IV.9	Analisis Deskriptif Variable Loyalitas Konsumen.....	90
IV.10	Uji Validitas Harga.....	92
IV.11	Uji Validitas Lokasi.....	93

1V.12 Uji Validitas Kualitas Layanan.....	94
1V.13 Uji Validitas Kepuasan Konsumen.....	95
IV.14 Uji Validitas Loyalitas Konsumen.....	95
IV.15 Uji Reliabilitas.....	96
1V.16 <i>Second Order</i> Harga. ....	98
IV.17 <i>Second Order</i> Lokasi.....	101
IV.18 <i>Second Order</i> Kualita Layanan.....	103
IV.19 <i>Second Order</i> Kepuasan Konsumen.....	105
IV.20 <i>Second Order</i> Loyalitas Konsumen.....	106
IV.21 <i>Second Order Full Model</i> .....	108
IV.22 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung .....	110
IV.23 Model Persamaan Struktural .....	111

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
I.1	Peta lokasi Ikea.....	5
II.1	Model gap Kualitas Layanan .....	21
II.2	Model Kerangka Pemikiran .....	48
IV.1	Model <i>Second Order</i> Harga.....	98
IV.2	Model <i>Second Order</i> Lokasi.....	100
IV.3	Model <i>Second Order</i> Kualitas Layanan .....	102
IV.4	Model <i>Second Order</i> Kepuasan Konsumen .....	104
IV.5	Model <i>Second Order</i> Loyalitas Konsumen .....	106
IV.6	Full Model SEM.....	108