

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Hasil Penelitian.....	10
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS	12
2.1 Telaah Pustaka	12
2.1.1 Pengertian Merek (brand)	12
2.1.2 Tahap-tahap Proses Pembelian	28
2.1.3 Faktor-Faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen	30
2.2 Kepuasan Pelanggan	39
2.1.1 Pengertian Kepuasan pelanggan	39
2.3.Kerangka Teoretik	53

BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	60
3.1. Unit Analisis dan Ruang Lingkup Penelitian.....	60
3.1.1 Subjek Penelitian	60
3.1.2. Ruang Lingkup Penelitian	60
3.1.3 Waktu Penelitian.....	60
3.2. Teknik penentuan Populasi dan Sampel	61
3.3 Metode Penelitian	63
3.4 Operasionalisasi Variabel penelitian.....	65
3.5. Metode analisis data	72
3.5.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	72
3.5.2 Uji Analisis SEM (Structural Equation Modeling).....	74
3.5.3 Model-model dalam SEM.....	77
3.5.4 Tahapan dalam prosedur SEM.....	78
BAB IV ANALISA DAN PEMBAHASAN	87
4.1 Deskripsi Unit Analisis	87
4.2 Pembahasan.....	114
4.3 Model modifikasi	124
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN	128
5.1 Kesimpulan	128
5.2 Implikasi Managerial	130
5.2 Saran	131
DAFTAR PUSTAKA	133

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Review Penelitian Terdahulu	42
Table 3.1 Populasi penghuni apartemen	61
Tabel 3.2 kriteria penilaian skala likert 5 point dengan bobot skor	61
Tabel 3.3 Operasional variabel	67
Tabel 4.1 Profil Responden berdasarkan jenis kelamin	87
Tabel 4.2 demografi responden berdasarkan usia	88
Tabel 4.3 demografi berdasarkan pekerjaan	89
Tabel 4.4 Demografi berdasarkan pendidikan terakhir	91
Tabel 4.5 Demografi berdasarkan lama tinggal di apartemen	92
Tabel 4.6 demografi responden berdasarkan jumlah penghuni	93
Tabel 4.7 Demografi berdasarkan alasan pembelian	94
Table 4.8 Pernyataan dan Factor Loading Variabel Brand Positioning	98
Tabel 4.9 CFA Brand positioning	99
Table 4.10 Pernyataan dan Factor Loading Variabel Brand Equity	100
Tabel 4.11 CFA Brand Equity	102
Table 4.12 Pernyataan dan Factor Loading Variabel Keputusan Pembelian...	102
Tabel 4. 13 CFA Keputusan pembelian	104
Table 4.14 Pernyataan dan Factor Loading Variabel Kepuasan Pelanggan	105
Tabel 4.15 CFA Kepuasan Pelanggan	107
Tabel 4.16 Hasil Ukuran Kecocokan Model	110
Tabel 4.17 Tabel Regression Weights	111

Tabel 4.18 Hasil analisis Model Struktural.....	112
Tabel 4.19 hipotesis 6 dengan sobel test.....	120
Tabel 4.20 Hipotesis 7 dengan sobel test.....	122
Tabel 4.21 hasil modifikasi	126

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2 model review penelitian Brand positioning Terhadap keputusan pembelian	54
Gambar 2.3 model review Brand equity terhadap keputusan pembelian.....	55
Gambar 2.4 Model review kepuasan pelanggan terhadap keputusan pembelian	56
Gambar 2.5 model review Brand positioning terhadap kepuasan pelanggan ..	57
Gambar 2.6 Model review Brand equity terhadap kepuasan pelanggan.....	58
Gambar 2.7 kerangka konseptual	58
Gambar 3.1 Diagram Alur (Part Diagram) Penelitian	80
Gambar 4.1 Demografi Responden Berdasarkan Jenis kelamin	87
Gambar 4.2 Demografi Responden Berdasarkan Usia	88
Gambar 4.3 Demografi Responden berdasarkan Pekerjaan.....	90
Gambar 4.4 Demografi Responden berdasarkan Pendidikan terakhir	91
Gambar 4.5 Demografi Responden berdasarkan Lama tinggal di Apartemen	92
Gambar 4.7 Demografi Responden berdasarkan Alasan pembelian Apartemen	94
Gambar 4.8 CFA Brand positioning	99
Gambar 4.9 CFA Brand equity	101
Gambar 4. 10 CFA Keputusan pembelian	104
Gambar 4.11 CFA Kepuasan Pelanggan.....	106
Gambar 4.12 Hasil Proposed Model	105
Gambar 4.13 Skema mediasi keputusan pembelian.....	120
Gambar 4.15 model modifikasi 1	125