

DAFTAR ISI

JUDUL	i
ABSTRAK	iii
LEMBAR PENGESAHAN	v
PERNYATAAN ORIGINALITAS	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian	10
1.4. Manfaat Penelitian	10
BAB II. KAJIAN PUSTAKA	
2.1. Kajian Pustaka	12
2.2. <i>Review</i> Penelitian Relevan	20
2.3. Kerangka Pemikiran	27
2.4. Hipotesis	30
BAB III. OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Objek dan Ruang Lingkup Penelitian	32
3.2. Metode Penelitian	32

3.3. Variabel Penelitian dan Pengukurannya	33
3.4. Metode Penentuan Populasi atau Sampel	34
3.5. Prosedur Pengumpulan Data	35
3.6. Metode Analisis Data	36
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1. Deskripsi Unit Analisis	43
4.2. Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	46
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	72
5.2. Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN.....	80
RIWAYAT HIDUP	96

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1:	TOP Brand <i>Smartphone</i> Tahun 2018.....	5
2.I:	<i>Review</i> Penelitian yang Relevan.....	26
3.1:	Kisi-kisi Instrumen.....	33
3.2:	<i>Review</i> Pengukuran Kesesuaian Model	41
4.1:	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
4.2:	Karakteristik Responden Berdasarkan Rentang Usia	44
4.3:	Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi.....	45
4.4:	Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan	45
4.5:	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	46
4.6:	Hasil Uji KMO dan Bartlett's <i>Test</i> Citra Merek.....	47
4.7:	Hasil Uji <i>Factor Loading</i> Citra Merek	48
4.8:	Hasil Uji KMO dan Bartlett's <i>Test</i> Kepercayaan Merek	48
4.9:	Hasil Uji <i>Factor Loading</i> Kepercayaan Merek	49
4.10:	Hasil Uji KMO dan Bartlett's <i>Test</i> Kepuasan Pelanggan.....	49
4.11:	Hasil Uji <i>Factor Loading</i> Kepuasan Pelanggan	49

4.12: Hasil Uji KMO dan Bartlett's <i>Test</i> Niat Pembelian Ulang.....	50
4.13: Hasil Uji <i>Factor Loading</i> Niat Pembelian Ulang	50
4.14: Hasil Uji Reliabilitas	51
4.15: Jawaban Responden terhadap Citra Merek.....	52
4.16: Jawaban Responden terhadap Kepercayaan Merek	54
4.17: Jawaban Responden terhadap Kepuasan Pelanggan.....	56
4.18: Jawaban Responden terhadap Niat Pembelian Ulang.....	57
4.19: Hasil Uji Kesesuaian Model Citra Merek	59
4.20: Hasil Uji Kesesuaian Model Kepercayaan Merek	60
4.21: Hasil Uji Kesesuaian Model Kepuasan Pelanggan	61
4.22: Hasil Uji Kesesuaian Model Niat Pembelian Ulang	62
4.23: Hasil Uji Kesesuaian Model <i>Full Model</i>	63
4.24: Hasil Uji Kesesuaian Model <i>Fitted Model</i>	65
4.25: Model Persamaan Struktural	66
4.26: Pengaruh Tidak Langsung Melalui Variabel <i>Intervening</i>	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1:	Data Pengiriman Vendor <i>Smartphone</i> Ke Indonesia	4
2.1:	Kerangka Pemikiran.....	30
4.1:	Model <i>Second Order</i> Citra Merek	58
4.2:	Model <i>Second Order</i> Kepercayaan Merek.....	59
4.3:	Model <i>Second Order</i> Kepuasan Pelanggan	60
4.4:	Model <i>Second Order</i> Niat Pembelian Ulang	61
4.5:	Diagram Penelitian <i>Full Model: T-Values</i>	63
4.6:	Diagram Penelitian <i>Fitted Model: T-Values</i>	65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1:	Kuesioner	80
2:	Hasil <i>Output</i> Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	85
3:	Hasil <i>Output</i> Uji Kesesuaian Model Per Variabel	89
4:	Hasil <i>Output</i> Uji Kesesuaian Model <i>Full Model</i>	93
5:	Hasil <i>Output</i> Uji Kesesuaian Model <i>Fitted Model</i>	94
6:	Hasil <i>Output</i> Uji Pengaruh Antar Variabel <i>Fitted Model</i>	95