

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
ORISINALITAS SKRIPSI	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
MOTTO	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Praktis.....	10
1.4.2 Manfaat Teoritis	10
1.5 Kajian Pustaka.....	10
1.5.1 Kajian Teoritik	10
1.5.1.1 Perilaku Konsumen.....	10
1.5.1.2 Citra Merek	12
1.5.1.3 Kualitas Layanan	15
1.5.1.4 Kepuasan Pelanggan.....	16
1.5.1.5 Minat Pembelian Ulang	18
1.5.2 Tinjauan Empirik.....	20
1.6 Hubungan Antar Variabel	32
1.7 Kerangka Pemikiran.....	34
1.8 Hipotesis.....	35
1.9 Definisi Konsep dan Operasional.....	36
1.9.1 Definisi Konsep.....	36
1.9.2 Definisi Operasional.....	37
1.10 Metode Penelitian.....	39

1.10.1 Tipe Penelitian.....	39
1.10.2 Ruang Lingkup Penelitian.....	39
1.10.3 Lokasi Penelitian.....	39
1.10.4 Populasi dan Sampel dan Penelitian.....	39
1.10.4.1 Populasi Penelitian.....	39
1.10.4.2 Sampel Penelitian.....	40
1.10.5 Sumber Data.....	41
1.10.6 Teknik Pengumpulan Data.....	41
1.10.7 Teknik Pengukuran Data.....	42
1.10.8 Uji Instrumen Penelitian.....	42
1.10.9 Teknik Analisis Data.....	44
BAB II GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN.....	48
2.1 Sejarah Perusahaan.....	48
2.2 Gambaran Umum Perusahaan.....	52
2.3 Visi dan Misi Perusahaan.....	53
2.4 Pesebaran McDonald's Di Kabupaten Sleman Beserta Jam Operasional.....	54
2.5 Gambaran Perusahaan dengan Perspektif Variabel Penelitian.....	55
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN.....	56
3.1 Hasil Uji Instrumen.....	56
3.1.1 Hasil Uji Validitas.....	57
3.1.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	59
3.2 Karakteristik Responden.....	60
3.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	60
3.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	61
3.2.3 Karakteristik Berdasarkan Jumlah Kunjungan.....	62
3.3 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	63
3.3.1 Analisis Statistik Variabel Citra Merek.....	64
3.3.2 Analisis Statistik Variabel Kualitas Layanan.....	71
3.3.3 Analisis Statistik Variabel Kepuasan Pelanggan.....	81
3.3.4 Analisis Statistik Variabel Minat Pembelian Ulang.....	87
3.4 Analisis Statistik Inferensial.....	93
3.4.1 Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	93

3.4.2 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	98
3.4.3 Pengujian Hipotesis	100
3.5 Pembahasan	105
3.5.1 Pengaruh Citra Merek (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Z).....	105
3.5.2 Pengaruh Kualitas Layanan (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Z)....	106
3.5.3 Pengaruh Citra Merek (X1) terhadap Minat Pembelian Ulang (Y)	107
3.5.4 Pengaruh Kualitas Layanan (X2) terhadap Minat Pembelian Ulang (Y)	107
3.5.5 Pengaruh Kepuasan Pelanggan (X2) terhadap Minat Pembelian Ulang (Y)	108
3.5.6 Pengaruh Citra Merek (X1) terhadap Minat Pembelian Ulang (Y) melalui Kepuasan Pelanggan (Z)	109
3.5.7 Pengaruh Kualitas Layanan (X2) terhadap Minat Pembelian Ulang (Y) melalui Kepuasan Pelanggan (Z).....	109
BAB IV	113
PENUTUP	113
4.1 Kesimpulan	113
4.2 Saran.....	114
DAFTAR PUSTAKA	117