

Daftar Isi

HALAMAN PENGESAHAN	i
PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
MOTTO	iii
PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAKSI	v
KATA PENGANTAR	vi
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Praktis	7
1.4.2 Manfaat Teoritis.....	7
1.5 Tinjauan Pustaka	8
1.5.1 Tinjauan Teoritik	8
1.5.1.1 Perilaku Konsumen	8
1.5.1.2 Citra Merek	9
1.5.1.3 Kepuasan Pelanggan	11
1.5.1.4 Minat Beli Ulang.....	13
1.5.2 Tinjauan Empiris.....	16
1.6 Pengaruh Antar Variabel	23
1.6.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan.....	23
1.6.2 Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang	23
1.6.3 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Beli Ulang	24
1.7 Kerangka Pemikiran	25
1.8 Hipotesis	26
1.8.1 Model Hipotesis.....	26
1.8.2 Uraian Hipotesis	26
1.9 Definisi Konsep dan Definisi Operasional	27

1.9.1 Definisi Konsep	27
1.9.2 Definisi Operasional	28
1.10 Metode Penelitian	29
1.10.1 Tipe Penelitian	29
1.10.2 Ruang Lingkup Penelitian	30
1.10.3 Lokasi Penelitian.....	30
1.10.4 Sumber dan Instrumen Pengumpulan Data.	30
1.10.5 Populasi dan Sampel Penelitian.....	30
1.10.5.1 Populasi Penelitian	30
1.10.5.2 Sampel Penelitian.....	31
1.10.6 Teknik Pengukuran Data	32
1.10.7 Uji Hipotesa	33
1.10.8 Teknis Analisis Data.....	35
1.10.8.1 Analisis Statistik Deskriptif	35
1.10.8.2 Analisis Statistik Inferensial	35
BAB II.....	40
GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN.....	40
2.1 Sejarah Perusahaan	40
2.2 Cabang Olive Fried Chicken di Yogyakarta	42
2.3 Logo Ayam Goreng Olive Fried Chicken di Yogyakarta	43
2.4 Harga Ayam Goreng Olive Fried Chicken di Yogyakarta	44
BAB III	48
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
3.1 Hasil Uji Instrumen	48
3.1.1 Uji Validitas.....	49
3.1.2 Uji Reliabilitas	50
3.2 Karakteristik Responden	51
3.2.1 Umur Responden	51
3.2.2 Jenis Kelamin Responden.....	53
3.2.3 Pekerjaan Saat Ini	54
3.2.4 Penghasilan Rata – Rata Setiap Bulan Pada Responden	55

3.2.5 Seberapa Sering Responden Melakukan Pembelian di Ayam Goreng Olive Fried Chicken di Yogyakarta	56
3.3 Analisis Data	57
3.3.1 Analisis Statistik Deskriptif	57
3.3.1.1 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Citra Merek	58
3.3.1.2 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan	63
3.3.1.3 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Minat Beli Ulang	68
3.3.2 Analisis Statistik Inferensial	74
3.3.2.1 Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	75
3.3.2.2 Evaluasi Model Struktural (<i>InnerModel</i>)	79
3.3.2.3 Pengujian Hipotesis.....	81
3.4 Pembahasan	85
3.4.1 Pengaruh Citra Merek (X) terhadap Kepuasan Pelanggan (Z)	85
3.4.2 Pengaruh Citra Merek (X) terhadap Minat Beli Ulang (Y).....	86
3.4.3 Pengaruh Kepuasan Pelanggan (Z) terhadap Minat Beli Ulang (Y)	87
3.4.4 Pengaruh Citra Merek (X) Terhadap Minat Beli Ulang (Y) melalui Kepuasan Pelanggan (Z).....	87
BAB IV.....	89
PENUTUP	89
4.1 Kesimpulan.....	89
4.2 Saran	89
DAFTAR PUSTAKA.....	92