

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
ABSTRAK	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Teoritis Dan Praktis.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Landasan Teori.....	9
1. <i>Customer Expectations</i>	9
2. <i>Customer Perceived Value</i>	11
3. <i>Customer Perceived Quality</i>	15
4. Loyalitas Merek.....	17
B. Penelitian Terdahulu	20
C. Pengaruh Antar Variabel	21
1. Pengaruh <i>Customer Expectations</i> terhadap Loyalitas merek	21
2. Pengaruh <i>Customer Perceived Value</i> terhadap Loyalitas Merek	22
3. Pengaruh <i>Customer Perceived Quality</i> terhadap Loyalitas Merek.....	23
D. Kerangka Konseptual	24
E. Hipotesis	24
BAB III METODE PENELITIAN	26

A.	Jenis dan Pendekatan Penelitian	26
B.	Objek dan Waktu Penelitian	26
1.	Objek Penelitian	26
2.	Waktu Penelitian.....	27
C.	Populasi.....	27
D.	Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	28
1.	Sampel.....	28
2.	Teknik Pengambilan Sampel	29
E.	Jenis Data Penelitian	29
F.	Prosedur Pengambilan Data	29
G.	Klasifikasi Variabel Penelitian	30
1.	Variabel Independen.....	30
2.	Variabel Dependen	30
H.	Definisi Operasional Variabel	31
1.	Skala Pengukuran Variabel.....	32
I.	Uji Instrumen Penelitian.....	34
1.	Uji Validitas.....	34
2.	Uji Reliabilitas.....	37
J.	Metode Analisis Data	38
1.	Analisis Deskriptif.....	38
2.	Analisis Kuantitatif.....	38
3.	Uji Hipotesis.....	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		42
A.	Analisis Deskriptif.....	42
1.	Karakteristik Responden.....	42
a.	Jenis Kelamin	42
b.	Usia	42
c.	Besar Pendapatan.....	43
2.	Deskriptif Variabel	44
a.	<i>Customer Expectations</i>	44
b.	<i>Customer Perceived Value</i>	46
c.	<i>Customer Perceived Quality</i>	47
d.	Loyalitas Merek.....	48
3.	Hasil Analisis Kuantitatif.....	49

B. Hasil Analisis Pembahasan.....	53
1. Pengaruh <i>Customer Expectations</i> terhadap Loyalitas Merek	54
2. Pengaruh <i>Customer Perceived Value</i> terhadap Loyalitas Merek	55
3. Pengaruh <i>Customer Perceived Quality</i> terhadap Loyalitas Merek.....	56
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	58
A. Kesimpulan	58
B. Saran	59
1. Bagi Greenpark Apartemen	59
2. Bagi Penelitian Selanjutnya	60
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN.....	66

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Wisatawan Kota Yogyakarta.....	1
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1 Waktu Penelitian	27
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	31
Tabel 3.3 Skala Likert.....	33
Tabel 3.4 Skala Interval Kriteria Jawaban Responden	34
Tabel 3.5 Uji Validitas	35
Tabel 3.6 Hasil Uji Realibilitas	37
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	43
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Besar Pendapatan	43
Tabel 4.4 Analisis Deskriptif variabel <i>Customer Expectations</i>	45
Tabel 4.5 Analisis Deskriptif variabel <i>Customer Perceived Value</i>	46
Tabel 4.6 Analisis Deskriptif variabel <i>Customer Perceived Quality</i>	47
Tabel 4.7 Analisis Deskriptif variabel Loyalitas Merek	48
Tabel 4.8 Model Persamaan Regresi.....	49
Tabel 4.9 Hasil Koefisien Determinasi (R ²).....	50
Tabel 4.10 Hasil Uji f (Simultan).....	51
Tabel 4.11 Hasil Uji t (Parsial)	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I KUESIONER PENELITIAN.....	67
LAMPIRAN II TABULASI DATA 34 RESPONDEN.....	80
LAMPIRAN III HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS	85
LAMPIRAN IV TABULASI DATA 118 RESPONDEN	91
LAMPIRAN V HASIL ANALISIS DATA	105
LAMPIRAN VI SURAT IZIN PENELITIAN.....	101