

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN MOTTO	iv
KATA PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRACT.....	viii
RINGKASAN	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Landasan Teori.....	15
2.2.1 Harga	15
2.2.2 Citra Merek	16
2.2.3 Kualitas Produk	17
2.2.4 Kualitas Pelayanan	19

2.2.5 Keputusan Pembelian	20
2.2.6 Kepuasan Konsumen	22
2.3 Kerangka Berfikir	23
2.4 Hipotesis	25
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1 Waktu dan Lokasi Penelitian	27
3.2 Jenis Penelitian.....	27
3.3 Teknik Penarikan Sampel	27
3.3.1 Populasi	27
3.3.2 Sampel.....	27
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	28
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	28
3.4.1 Jenis Data	28
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data	29
3.5 Operasional Variabel.....	30
3.5.1 Variabel Bebas / Eksogen (X).....	31
3.5.2 Variabel Intervening / Variabel Mediasi (Z).....	33
3.5.3 Variabel Terikat / Endogen (Y).....	33
3.6 Metode Analisis Data.....	34
3.6.1 Structural Equation Modeling (SEM)	34
3.6.2 Partial Least Square (PLS)	35
3.7 Jadwal Penelitian	44
BAB IV KEADAAN UMUM DAERAH PENELITIAN	45
4.1 Sejarah Singkat Perusahaan	45
4.2 Struktur Organisasi.....	46
4.3 Visi dan Misi Perusahaan	49

4.4 Sasaran dan Tujuan Perusahaan	49
4.5 Ketenagakerjaan	50
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	51
5.1 Karakteristik Responden	51
5.2 Deskripsi Jawaban Responden	53
5.2.1 Tanggapan Responden Pada Variabel Harga (X1)	53
5.2.2 Tanggapan Responden Pada Variabel Citra Merek (X2)	54
5.2.3 Tanggapan Responden Pada Variabel Kualitas Produk (X3)	55
5.2.4 Tanggapan Responden Pada Variabel Kualitas Pelayanan (X4)	56
5.2.5 Tanggapan Responden Pada Variabel Keputusan Pembelian (Z)	57
5.2.6 Tanggapan Responden Pada Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	58
5.3 Evaluasi Model	58
5.3.1 Model Pengukuran (Outer Model)	58
5.3.2 Model Struktural (Inner Model)	64
5.3.3 Uji Mediasi	67
5.4 Uji Hipotesis	72
5.5 Pembahasan	77
5.5.1 Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen	77
5.5.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen	78
5.5.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen	79
5.5.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen	79
5.5.5 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	80
5.5.6 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	81
5.5.7 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	82
5.5.8 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	83
5.5.9 Pengaruh Keputusan Pembelian Terhadap Kepuasan Konsumen	83

5.5.10 Pengaruh Keputusan Pembelian Memediasi Hubungan Antara Harga Terhadap Kepuasan Konsumen	84
5.5.11 Pengaruh Keputusan Pembelian Memediasi Hubungan Antara Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen.....	85
5.5.12 Pengaruh Keputusan Pembelian Memediasi Hubungan Antara Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.....	86
5.5.13 Pengaruh Keputusan Pembelian Memediasi Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	87
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	88
6.1 Kesimpulan	88
6.2 Saran	89
6.2.1 Bagi Pelaku Bisnis	89
6.2.2 Bagi Pemilik Usaha	90
6.2.3 Bagi Peneliti Selanjutnya.....	90
6.2.4 Bagi Universitas.....	90
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN.....	95

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Matrik Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3. 1 Skala Likert Pada Pertanyaan Tertutup.....	30
Tabel 3. 2 Jadwal Penelitian Skripsi Tahun 2022-2023.....	44
Tabel 5. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	51
Tabel 5. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	52
Tabel 5. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel 5. 4 Tanggapan Responden Variabel Harga (X1).....	53
Tabel 5. 5 Tanggapan Responden Variabel Citra Merek (X2)	54
Tabel 5. 6 Tanggapan Responden Variabel Kualitas Produk (X3).....	55
Tabel 5. 7 Tanggapan Responden Variabel Kualitas Pelayanan (X4).....	56
Tabel 5. 8 Tanggapan Responden Variabel Keputusan Pembelian (Z)	57
Tabel 5. 9 Tanggapan Responden Variabel Keputusan Konsumen (Y)	58
Tabel 5. 10 Uji <i>Convergent Validity</i>	59
Tabel 5. 11 <i>Cross Loading</i>	61
Tabel 5. 12 Nilai <i>Composite Reliability</i> Dan <i>Cronbach's Alpha</i>	63
Tabel 5. 13 Uji <i>R-Square</i>	66
Tabel 5. 14 Uji <i>Path Coeficient</i>	67
Tabel 5. 15 <i>Specific Indirect Effect</i>	70
Tabel 5. 16 Uji Hipotesis	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir.....	24
Gambar 3. 1 Analisis Jalur.....	38
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi UD. Tas Forway.....	46
Gambar 5. 1 Model Struktural	65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Ijin Penelitian	95
Lampiran 2 Surat Balasan Ijin Penelitian	96
Lampiran 3 Surat Keterangan Tes Kesamaan.....	97
Lampiran 4 Kartu Bimbingan Skripsi.....	98
Lampiran 5 Foto Penelitian UD. Tas Forway	99
Lampiran 6 Lembar Kuesioner	100
Lampiran 7 Tabulasi Data.....	104
Lampiran 8 Titik Persentase Distribusi t	111
Lampiran 9 <i>Outer Loading</i>	116
Lampiran 10 <i>Cronbach's Alpha, Composite Reliability</i> dan <i>AVE</i>	117
Lampiran 11 <i>Cross Loading</i>	118
Lampiran 12 <i>R-Square</i>	119
Lampiran 13 <i>Path Coeficient</i>	120
Lampiran 14 <i>Spesific Indirect Effect</i>	121

