

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Umum Perusahaan	1
1.1.2 Visi dan Misi.....	3
1.1.3 Produk	3
1.1.4 Harga	4
1.1.5 Layanan.....	5
1.1.6 Sistem Manajemen.....	6
1.2 Latar Belakang	6
1.3 Rumusan Masalah	21
1.4 Tujuan Penelitian.....	22
1.5 Kegunaan Penelitian.....	23
1.5.1 Kegunaan Teoritis	23
1.5.2 Kegunaan Praktis	23
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	23
1.6.1 BAB I PENDAHULUAN.....	23

1.6.2	BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	23
1.6.3	BAB III METODE PENELITIAN.....	23
1.6.4	BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	24
1.6.5	BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	24
	BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	25
2.1	Pemasaran.....	25
2.1.1	Bauran Pemasaran.....	25
2.2	Kualitas Produk	26
2.2.1	Dimensi Kualitas Produk	27
2.3	Harga	28
2.3.1	Dimensi Harga	28
2.4	Kualitas Pelayanan	29
2.4.1	Dimensi Kualitas Pelayanan	30
2.5	Kepuasan Pelanggan.....	31
2.5.1	Dimensi Kepuasan Pelanggan.....	32
2.5.2	Cara Mengukur Kepuasan Pelanggan	33
2.6	Loyalitas Pelanggan	33
2.6.1	Indikator Loyalitas Pelanggan.....	34
2.6.2	Cara Mengukur Loyalitas Pelanggan.....	35
2.7	Hubungan Antar Variabel	35
2.7.1	Hubungan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	35
2.7.2	Hubungan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	36
2.7.3	Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	36
2.7.4	Hubungan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	37
2.7.5	Hubungan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	38
2.7.6	Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	38
2.7.7	Hubungan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	39

2.7.8	Hubungan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan	39
2.7.9	Hubungan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan.....	40
2.7.10	Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan	40
2.8	Penelitian Terdahulu.....	40
2.9	Kerangka Pemikiran	45
2.10	Hipotesis Penelitian.....	48
2.11	Ruang Lingkup Penelitian	49
BAB III METODE PENELITIAN.....		50
3.1	Jenis Penelitian	50
3.2	Variabel Operasional dan Skala Pengukuran	51
3.2.1	Variabel Operasional.....	51
3.2.2	Skala Pengukuran.....	56
3.3	Tahapan Penelitian	57
3.4	Populasi dan Sampel	57
3.4.1	Populasi.....	57
3.4.2	Sampel.....	57
3.5	Teknik Pengumpulan Data	59
3.5.1	Teknik Sampling	59
3.5.2	Data Primer	59
3.5.3	Data Sekunder	59
3.6	Teknik Analisis Data	59
3.6.1	Analisis Deskriptif	60
3.6.2	Partial Least Square (PLS).....	61
3.6.3	Struktur Model Penelitian	62
3.6.4	Pengukuran Model (<i>Outer Model</i>)	63

3.6.5	Pengukuran Struktural (<i>Inner Model</i>)	65
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		67
4.1	Pengumpulan Data	67
4.2	Karakteristik Responden	67
4.2.1	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	67
4.2.2	Karakteristik Berdasarkan Usia.....	68
4.2.3	Karakteristik Berdasarkan Jenis Profesi.....	69
4.2.4	Karakteristik Berdasarkan Pendapatan	69
4.3	Hasil Penelitian.....	70
4.3.1	Analisis Deskriptif	70
4.3.2	Outer Model	82
4.3.3	Inner Model	88
4.3.4	Uji Hipotesis	91
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian.....	92
4.4.1	Analisis Deskriptif	92
4.4.2	Analisis Hasil Uji Hipotesis	95
BAB V PENUTUP.....		101
5.1	Kesimpulan.....	101
5.2	Saran.....	102
5.2.1	Saran Bagi Perusahaan.....	102
5.2.2	Bagi Peneliti Selanjutnya	103
DAFTAR PUSTAKA		104
LAMPIRAN.....		111