

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Pernyataan Keaslian Skripsi	ii
Halaman Pengesahan Skripsi	iii
Halaman Kelulusan Ujian Skripsi	iv
Abstrak	v
Motto dan Persembahan	vii
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi	x
Daftar Tabel	xv
Daftar Gambar	xvii
Daftar Lampiran	xviii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Kegunaan Penelitian	10
BAB II	11
TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori	11

2.1.1	Pengertian Pemasaran.....	11
2.1.2	Bauran Pemasaran	12
2.1.3	Strategi Pemasaran	13
2.1.4	Perilaku Konsumen	14
2.1.5	Harga	15
2.1.5.1	Tujuan Penetapan harga.....	17
2.1.5.2	Faktor yang mempengaruhi penetapan harga	17
2.1.6	Kualitas Produk.....	20
2.1.6.1	Dimensi kualitas produk	21
2.1.6.2	Tingkat produk	23
2.1.7	Promosi	23
2.1.7.1	tujuan promosi dan marketing mix	25
2.1.8	Kepuasan Konsumen.....	28
2.1.8.2	Dimensi pengukuran kepuasan pelanggan	32
2.1.8.3	Metode pengukuran kepuasan pelanggan	32
2.1.9	Loyalitas Konsumen	34
2.2	Peneliti Terdahulu.....	36
2.3	Kerangka Konseptual.....	40
2.4	Hipotesis Penelitian	41
BAB III.....		44
METODE PENELITIAN.....		44
1.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	44

3.1.1 Variabel Penelitian.....	44
3.1.2 Definisi Operasional	45
1.2 Penentuan populasi dan sampel	46
3.2.1Populasi	46
3.2.2Sampel.....	46
1.3 Jenis dan Sumber Data.....	48
3.3.1Data Primer	48
3.3.2 Data Sekunder	48
1.4 Metode Pengumpulan Data.....	48
1.5 Metode Analisis	49
3.5.1Analisis Deskriptif	49
3.5.2Analisis Kuantitatif.....	50
3.5.3Analisis Struktural Equation Modeling (SEM)	50
BAB IV	65
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	65
4.1 Data Penelitian	65
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian.....	65
4.1.2 Responden Menurut Usia	66
4.1.3 Deskripsi Responden Menurut Jenis Kelamin.....	67
4.1.4 Deskripsi Responden Menurut Lamanya Menjadi Pelanggan	67
4.2 Hasil Penelitian	68
4.2.1 Karakteristik Tanggapan Responden	68

4.2.2 Deskriptif Variabel Penelitian	69
4.2.2.1 Variabel Harga	69
4.2.2.2 Variabel Kualitas Produk	70
4.2.2.3 Variabel Promosi	71
4.2.2.4 Variabel Kepuasan Konsumen	71
4.2.2.5 Variabel Loyalitas Pelanggan.....	72
4.2.3 Analisis Data.....	73
4.2.3.1 Analisis Faktor Konfirmatori	74
4.2.3.2 Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Eksogen.....	74
4.2.4 Analisis Faktor Konfirmatori Konstruksi Eksogen	77
4.2.4.1 Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Endogen	78
4.2.4.2 Analisis Konfirmatori Konstruksi Endogen	81
4.2.4.3 Analisis Persamaan Structural Equation Modeling (SEM)....	82
4.2.5 Evaluasi Atas Asumsi-Asumsi SEM.....	84
4.2.5.1 Uji Normalitas Data	84
4.2.6 Evaluasi Atas Multikolineritas dan Singularitas.....	85
4.2.6.1 Evaluasi Atas Outliers	85
4.2.6.2 Univariate Outliers	86
4.2.6.3 Multivariate Outliers.....	87
4.2.7 Interpretasi dan Modifikasi Model.....	88
4.2.8 Uji Validitas.....	89
4.2.9 Uji Reabilitas dan Variance Extract.....	91

4.2.10 Uji Hipotesis	92
4.3 Pembahasan.....	96
4.3.1 Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen	96
4.3.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen	97
4.3.3 Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen	97
4.3.4 Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan	98
4.3.5 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan	99
4.3.6 Pengaruh Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan	99
4.3.7 Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan....	100
BAB V.....	102
KESIMPULAN DAN SARAN	102
5.1 Kesimpulan	102
5.2 Saran	103
Daftar Pustaka	
Kuesioner	
Lampiran	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Satu Tahun Terakhir Produk PT.HWI Pada Distributor Center Kota Pekalongan	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	36
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	45
Tabel 3.2 Goodness Of Fit Indice	63
Tabel 4.1 Hasil Penyebaran Kuesioner	65
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Menurut Usia.....	66
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Menurut Jenis Kelamin	67
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Menurut Lamanya Menjadi Pelanggan.....	68
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Tentang Variabel Harga	69
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Tentang Variabel Kualitas Produk.....	70
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Tentang Variabel Promosi	71
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Tentang Variabel Kepuasan Konsumen	72
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Tentang Variabel Loyalitas Pelanggan	73
Tabel 4.10 Uji Model Goodness of-fit Variabel Eksogen	77
Tabel 4.11 Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Eksogen	78
Tabel 4.12 Uji Model Goodness Of Fit Variabel Endogen.....	80
Tabel 4.13 Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Endogen	81
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Model Goodness of-fit	83
Tabel 4.15 Uji Normalitas Data.....	84
Tabel 4.16 Evaluasi Nilai Z score	86

Tabel 4.17 Pengujian Multivariate Outliers	87
Tabel 4.18 Standardized Residual Covariances	89
Tabel 4.19 Uji Validitas	90
Tabel 4.20 Perhitungan Costruct Reability dan Variance Extracted	92
Tabel 4.21 Hasil Pengujian Hipotasis	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	41
Gambar 4.1 Hasil Analisis Konfirmatori Variabel Eksogen.....	75
Gambar 4.2 Hasil Analisis Konfirmatori Variabel Endogen	79
Gambar 4.3 Hasil Pengujian Full Model Structural Equation Modeling.....	82

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 HASIL OUTPUT

LAMPIRAN TABULASI

LAMPIRAN KUESIONER