

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN JUDUL PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Sejarah Perusahaan	1
1.1.2 Logo Perusahaan.....	2
1.1.3 Visi dan Misi.....	2
1.1.4 Struktur Organisasi	3
1.2 Latar Belakang.....	3
1.3 Identifikasi Masalah.....	11
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.5 Kegunaan Penelitian	12
1.6 Batasan Penelitian.....	12
1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	15
2.1.1 Pemasaran	15
2.1.2 Citra Merek.....	15
2.1.3 Kualitas Produk.....	16
2.1.4 Kepuasan Pelanggan	18
2.2 Hubungan Kualitas produk terhadap kepuasan konsumen	18
2.3 Hubungan Brand Image terhadap kepuasan konsumen	19
2.4 Hubungan Kualitas Produk terhadap Citra Merek	20
2.5 Penelitian Terdahulu	28
2.5.1 Penelitian Nasional	20
2.5.2 Penelitian Internasional.....	23
2.5.3 Penelitian Skripsi	24
2.6 Kerangka Pemikiran.....	26

2.7	Hipotesis Penelitian	28
BAB III METODE PENELITIAN		29
3.1	Jenis Penelitian.....	29
3.2	Operasional Variabel.....	29
3.2.1	Skala Operasional	31
3.3	Tahapan Penelitian.....	32
3.4	Populasi dan Sampel	33
3.4.1	Populasi.....	33
3.4.2	Sampel.....	34
3.5	Pengumpulan Data	33
3.5.1	Sumber Data.....	33
3.5.2	Teknik pengumpulan Data	34
3.6	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	37
3.6.1	Uji Validitas	37
3.6.2	Uji Reliabilitas	37
3.7	Teknik Analisis Data.....	39
3.7.1	Analisis Deskriptif	39
3.7.2	Regresi Linier Berganda	39
3.8	Uji Asumsi Klasik.....	39
3.8.1	Uji Heterokedastisitas	42
3.8.2	Uji Normalitas.....	40
3.8.3	Uji Multikolineritas.....	42
3.9	Objek Penelitian.....	40
3.10	Instrumen Penelitian	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		43
4.1	Analisis Karakteristik Responden.....	42
4.1.1	Jenis Kelamin.....	42
4.1.2	Pendidikan Terakhir.....	43
4.1.3	Pekerjaan.....	43
4.1.4	Pendapatan Bulanan.....	44
4.2	Hasil Penelitian	44
4.2.1	Analisis Deskriptif Kualitas Produk (X).....	44
4.2.2	Analisis Deskriptif Kepuasan Konsumen (Y).....	47
4.2.3	Analisis Deskriptif Citra Merek (Z).....	48
4.3	SEM PLS	50
4.3.1	Outer Model.....	50
4.3.1.1	Uji Validitas	51

4.3.1.2	Uji Relibilitas	57
4.3.2	<i>Inner Model</i>	57
4.3.2.1	R Square.....	58
4.3.2.2	Model Persamaan.....	59
4.3.2.3	<i>Predictive relevance</i>	62
4.3.2.4	<i>Path Coefficient</i>	63
4.4	Pembahasan.....	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		70
5.1	Kesimpulan	70
5.2	Saran	73
5.2.1	Saran Bagi Perusahaan.....	73
5.2.2	Saran bagi peneliti Selanjutnya.....	74
DAFTAR PUSTAKA		75
LAMPIRAN.....		77