

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Profil Perusahaan.....	1
1.1.1 Logo Perusahaan.....	3
1.1.2 Produk Perusahaan.....	4
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	4
1.3 Perumusan Masalah.....	14
1.4 Tujuan Penelitian.....	15
1.5 Kegunaan Penelitian.....	15
BAB II LANDASAN TEORI.....	16
2.1 Kajian Pustaka	16
2.1.1 Pemasaran (<i>Marketing</i>).....	16
2.1.2 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	17
2.1.3 Kepuasan Konsumen (<i>Customer Satisfaction</i>)	23
2.1.4 Loyalitas Konsumen (<i>Customer Loyalty</i>)	24
2.2 Penelitian Terdahulu.....	26
2.3 Kerangka Pemikiran	38
2.3.1 Keterkaitan Antara <i>Product</i> dan <i>Customer Satisfaction</i>	39
2.3.2 Keterkaitan Antara <i>Promotion</i> dan <i>Customer Satisfaction</i>	39
2.3.3 Keterkaitan Antara <i>Place</i> dan <i>Customer Satisfaction</i>	39
2.3.4 Keterkaitan Antara <i>Price</i> dan <i>Customer Satisfaction</i>	39
2.3.5 Keterkaitan Antara <i>Product</i> , <i>Customer Satisfaction</i> , dan <i>Customer Loyalty</i>	40

2.3.6 Keterkaitan Antara <i>Promotion</i> , <i>Customer Satisfaction</i> , dan <i>Customer Loyalty</i>	40
2.3.7 Keterkaitan Antara <i>Place</i> , <i>Customer Satisfaction</i> , dan <i>Customer Loyalty</i>	40
2.3.8 Keterkaitan Antara <i>Price</i> , <i>Customer Satisfaction</i> , dan <i>Customer Loyalty</i>	41
2.3.9 Keterkaitan Antara <i>Customer Satisfaction</i> dan <i>Customer Loyalty</i>	41
2.4 Hipotesis Penelitian	41
2.5 Ruang Lingkup Penelitian	42
BAB III METODE PENELITIAN	43
3.1 Jenis Penelitian	43
3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	43
3.2.1 Variabel Operasional	43
3.2.2 Skala Pengukuran	51
3.2.3 Tahap Penelitian	52
3.3 Populasi dan Sampel	53
3.3.1 Populasi.....	54
3.3.2 Sampel	54
3.4 Teknik Pengambilan Sampel dan Sumber Data	55
3.4.1 Data Primer	55
3.4.2 Data Sekunder.....	56
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas	56
3.5.1 Uji Validitas	56
3.5.2 Uji Reliabilitas	58
3.6 Teknik Analisis Data	60
3.6.1 Analisis Deskriptif	60
3.6.2 <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM)	61
3.7 Metode Analisis Data	62
3.7.1 <i>Partial Least Square</i> (PLS)	62
3.7.2 Pengukuran Model (<i>Outer Model</i>).....	62
3.7.3 Pengukuran Model (<i>Inner Model</i>)	64
3.7.4 Uji Hipotesis	65
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	67
4.1 Pengumpulan Data	67
4.2 Karakteristik Responden	67
4.2.1 Karakteristik Responden Berdomisili di Kota Bandung.....	68
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	69

4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	70
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	71
4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan.....	72
4.3	Hasil Penelitian.....	72
4.3.1	Analisis Deskriptif	73
4.3.2	Structural Equation Model (SEM).....	99
4.4	Hasil Pengukuran Model (<i>Outer Model</i>).....	99
4.4.1	Convergent Validity.....	106
4.4.2	Discriminant Validity	107
4.4.3	Uji Reliabilitas	109
4.5	Pengukuran Struktural (<i>Inner Model</i>)	110
4.5.1	Evaluasi Pengukuran Struktural	111
4.5.2	<i>Predictive Relevance</i>	112
4.5.3	<i>Path Coefficient</i> atau Uji Hipotesis	113
4.6	Analisis Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	122
4.7	Pembahasan Pengujian Hipotesis	128
4.7.1	Pengaruh <i>Product</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	128
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		135
5.1	Kesimpulan.....	135
5.2	Saran.....	136
5.2.1	Saran Bagi Perusahaan	136
5.2.2	Saran Bagi Peneliti Selanjutnya.....	138
DAFTAR PUSTAKA		139
LAMPIRAN.....		143