

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR GRAFIK.....	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Kesenjangan Penelitian	7
1.3 Identifikasi Masalah.....	10
1.4 Batasan Masalah	10
1.5 Rumusan Masalah	11
1.6 Tujuan Penelitian	11
1.7 Manfaat dan Kegunaan Penelitian	11
BAB II.....	12
LANDASAN TEORI.....	12
2.1 Kualitas Produk.....	12
2.1.1 Pengertian Kualitas Produk	12
2.1.2 Tingkatan Produk	13
2.1.3 Klasifikasi Produk	14
2.1.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk.....	14

2.1.5 Dimensi Kualitas Produk.....	17
2.2 Persepsi Harga	17
2.2.1 Pengertian Persepsi Harga.....	17
2.2.2 Tujuan Penetapan Harga.....	17
2.2.3 Peranan Harga.....	18
2.3 Kepuasan	20
2.3.1 Pengertian Kepuasan	20
2.3.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan.....	21
2.3.3 Pengukuran Kepuasan	21
2.3.4 Prinsip Kepuasan	22
2.4 Loyalitas	23
2.4.1 Pengertian Loyalitas	23
2.4.2 Karakteristik Loyalitas	24
2.4.3 Tahapan Loyalitas	24
2.4.4 Dimensi Loyalitas.....	25
2.5 Penelitian Terdahulu	26
BAB III	32
KERANGKA KONSEPTUAL dan HIPOTESIS PENELITIAN	32
3.1 Kerangka Konseptual.....	32
3.2 Hipotesis Penelitian	34
3.2.1 Hubungan Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan	34
3.2.2 Hubungan Persepsi Harga dan Kepuasan Pelanggan	36
3.2.3 Hubungan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan	37
BAB IV	40
METODE PENELITIAN.....	40
4.1 Desain Penelitian	40
4.2 Definisi Operasionalisasi dan Pengukuran Variabel.....	40
4.2.1 Variabel Kualitas Produk.....	40
4.2.2 Variabel Persepsi Harga	42
4.2.3 Variabel Kepuasan.....	42

4.2.4 Variabel Loyalitas.....	43
4.3 Metode Pengukuran	44
4.4 Teknik Pengumpulan Data.....	44
4.5 Populasi dan Sampel	44
4.5.1 Populasi	44
4.5.2 Sampel	44
4.6 Jenis dan Sumber Data.....	45
4.7 Uji Kualitas Data.....	45
4.7.1 Uji Validitas.....	46
4.7.2 Uji Reliabilitas	47
4.8 Teknik Analisis Data.....	47
4.8.1 Uji Inferensial	48
4.8.2 Metode Analisis SEM.....	48
4.8.3 Aplikasi Utama SEM.....	49
4.8.4 Variabel-Variabel dalam SEM	50
4.8.5 Aplikasi Metode SEM	50
4.8.6 Manfaat SEM dalam Penelitian	57
BAB V.....	59
PEMBAHASAN	59
5.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	59
5.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	59
5.2 Pelaksanaan Penelitian.....	60
5.2.1 Pelaksanaan <i>Pre-test</i>	60
5.2.1.1 Pembahasan Uji Validitas.....	60
5.2.1.2 Pembahasan Uji Reliabilitas	64
5.2.2 Pelaksanaan <i>Survey</i>	65
5.3 Hasil Penelitian	65
5.3.1 Analisis Deskriptif Demografi Responden.....	65
5.3.2 Analisis Perbedaan Demografi Responden (Uji ANOVA).....	67
5.3.2.1 Perbedaan Responden Berdasarkan Usia.....	67

5.3.2.2 Perbedaan Responden Berdasarkan Penghasilan.....	68
5.3.2.3 Perbedaan Responden Berdasarkan Pendidikan Akhir.....	69
5.3.2.4 Perbedaan Responden Berdasarkan Pekerjaan	69
5.3.2.5 Perbedaan Responden Berdasarkan Banyak Alat/Mesin Pertanian Yang Dipergunakan	70
5.3.2.6 Perbedaan Responden Berdasarkan Dari Mana Anda Mengenal Aat/Mesin Agrindo	71
5.3.2.7 Perbedaan Responden Berdasarkan Berapa Kali Anda Mengganti Alat/Mesin Pertanian	72
5.4 Analisis Hasil Penelitian dengan SEM	72
5.4.1 Analisis Model Pengukuran.....	73
5.4.2 Analisis Uji Struktural	76
5.4.3 Analisis Kesesuaian Seluruh Model	77
5.4.4 Pengujian Hipotesis	81
5.4.4.1 Analisis Hubungan Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan .	81
5.4.4.2 Analisis Hubungan Persepsi Harga dan Kepuasan Pelanggan .	82
5.4.4.3 Analisis Hubungan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan.....	83
BAB VI	85
IMPLIKASI MANAJERIAL	85
BAB VII	96
PENUTUP	96
7.1 Kesimpulan.....	96
7.2 Keterbatasan Penelitian	96
7.3 Saran untuk Penelitian Selanjutnya.....	96
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN	101