

DAFTAR ISI

	Hal
Halaman Judul	i
Lembar Pengesahan	ii
Lembar Pernyataan	iii
Kata Pengantar	iv
Abstrak	vi
Abstract	vii
Daftar Isi	viii
Daftar Gambar	x
Daftar Tabel	xi
Daftar Lampiran	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Batasan Masalah	5
D. Perumusan Masalah	6
E. Tujuan Penelitian	6
F. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Produk	8
B. Kualitas Produk	12
C. Persepsi Harga	16
D. Promosi	21
E. Loyalitas Pelanggan	30
F. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan	35

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Kerangka Penelitian	41
B. Hipotesis Penelitian	45
C. Desain Penelitian	45
D. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	46
E. Teknik Pengumpulan Data dan Pengambilan Sampel	48
F. Uji Kualitas Data	49
G. Metode Analisis	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	55
B. Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas	57
1. Uji Validitas Dan Reliabilitas Kualitas Produk	57
2. Uji Validitas Dan Reliabilitas Persepsi Harga	58
3. Uji Validitas Dan Reliabilitas Promosi	58
4. Uji Validitas Dan Reliabilitas Loyalitas Pelanggan	59
C. Analisis Deskriptif	59
D. Uji Normalitas	66
E. Uji Multikolinearitas	67
F. Uji Heterokedastisitas	68
G. Analisis Regresi Berganda	69
H. Analisis Koefisien Determinasi	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	75
B. Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN	80

DAFTAR TABEL

	Hal
Tabel 2.1 Empat Jenis Loyalitas Berdasarkan Komitmen Dan Banyaknya Gerai Yang Dikunjungi	32
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	40
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	48
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas Kualitas Produk	58
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas Persepsi Harga	58
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas Promosi	59
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas Loyalitas Pelanggan	59
Tabel 4.5 Hasil Rata-Rata Penilaian Variabel	60
Tabel 4.6 Hasil Penilaian Terhadap Indikator Dan Dimensi Kualitas Produk	60
Tabel 4.7 Hasil Penilaian Terhadap Indikator Dan Dimensi Persepsi Harga	62
Tabel 4.8 Hasil Penilaian Terhadap Indikator Dan Dimensi Promosi	63
Tabel 4.9 Hasil Penilaian Terhadap Indikator Dan Dimensi Loyalitas Pelanggan	64
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas	66
Tabel 4.11 Hasil Koefisien Regresi Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan	70
Tabel 4.12 Koefisien Determinasi Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan	74

DAFTAR LAMPIRAN

	Hal
1. Consumer Profil Questionnaire	81
2. Jawaban Kuesioner Untuk Kualitas Produk (X_1)	85
3. Jawaban Kuesioner Untuk Persepsi Harga (X_2)	88
4. Jawaban Kuesioner Untuk Promosi (X_3)	91
5. Jawaban Kuesioner Untuk Loyalitas Pelanggan (Y)	94
6. Uji Validitas Kualitas Produk (X_1)	97
7. Uji Reliabilitas Kualitas Produk (X_1)	100
8. Uji Validitas Persepsi Harga (X_2)	102
9. Uji Reliabilitas Persepsi Harga (X_2)	103
10. Uji Validitas Promosi (X_3)	104
11. Uji Reliabilitas Promosi (X_3)	105
12. Uji Validitas Loyalitas Pelanggan (Y)	106
13. Uji Reliabilitas Loyalitas Pelanggan (Y)	108
14. Hasil Perhitungan Regresi SPSS versi 19.00	109
15. Surat Keterangan	112