

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah.....	7
1.2.1 Identifikasi Masalah	7
1.2.2 Pembatasan Masalah	8
1.3 Rumusan Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	10
BAB II LANDASAN TEORI.....	11
2.1 Tinjauan Teori	11
2.1.1 Perilaku Konsumen	11
2.1.2 Kualitas Produk.....	12
2.1.2.1 Dimensi Kualitas Produk	13
2.1.2.2 Manfaat Kualitas Produk.....	14
2.1.2.3 Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk	15
2.1.3 Harga	18
2.1.3.1 Dimensi Harga	19
2.1.3.2 Strategi Penetapan Harga	20
2.1.3.3 Tujuan Penetapan Harga	21
2.1.4 Kepuasan Pelanggan	22
2.1.4.1 Dimensi Kepuasan Pelanggan.....	23
2.1.4.2 Mengukur Kepuasan Pelanggan.....	24
2.1.4.3 Manfaat Kepuasan Pelanggan	26
2.1.5 Loyalitas Pelanggan	27
2.1.5.1 Dimensi Loyalitas Pelanggan.....	28
2.1.5.2 Manfaat Loyalitas Pelanggan.....	29
2.2 Hasil Penelitian Terdahulu.....	29
2.3 Hubungan antar Variabel	33
2.4 Hipotesis.....	36

2.5	Model Penelitian	37
BAB III	METODE PENELITIAN	39
3.1	Jenis dan Sumber Data	39
3.2.1	Jenis Data	39
3.2.2	Sumber Data	40
3.3	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	41
3.3.1	Populasi	41
3.3.2	Sampel	41
3.3.3	Teknik Pengambilan Sampel	42
3.4	Unit Analisis	43
3.5	Definisi Operasional Variabel	43
3.6	Teknik Analisis Data	47
3.6.1	Uji Validitas	47
3.6.2	Uji Reliabilitas	48
3.6.3	Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	49
3.6.4	Koefisien Determinasi (R^2)	53
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	54
4.1	Hasil Penelitian	54
4.1.1	Karakteristik Responden	54
4.1.2	Uji Validitas	59
4.1.3	Uji Reliabilitas	62
4.1.4	Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	62
4.1.4.1	Analisis Jalur Tahap I	63
4.1.4.2	Analisis Jalur Tahap II	66
4.1.4.3	Analisis Jalur Gabungan Tahap I dan Tahap II	70
4.1.5	Perhitungan Pengaruh Tidak Langsung Antar Variabel	71
4.2	Pembahasan Hasil Penelitian	73
4.3	Temuan Penelitian	79
4.4	Keterbatasan Penelitian	79
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	81
5.1	Kesimpulan	81
5.2	Saran	83
5.3	Implikasi Penelitian	84
	DAFTAR PUSTAKA	86
	LAMPIRAN-LAMPIRAN	89

DAFTAR TABEL

Nomor	Nama Tabel	Halaman
1.1	<i>Market Share</i>	3
2.1	Hasil Penelitian Sebelumnya	29
3.1	Instrumen Skala <i>Likert</i>	40
3.2	Operasional Variabel	45
3.3	<i>Cronbach Alpha</i>	49
4.1	Uji Validitas	60
4.2	Uji Reliabilitas	61
4.3	Hasil Uji Regresi Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	62
4.4	Hasil Koefisiensi Determinasi Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	63
4.5	Hasil Uji Regresi Kualitas Produk, Harga, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelangga	65
4.6	Hasil Koefisiensi Determinasi Kualitas Produk, Harga, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas pelanggan	67
4.7	Hasil Perhitungan Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung ...	72

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Nama Gambar	Halaman
1.1	<i>Pra Survey</i> Kualitas Produk	5
1.2	<i>Pra Survey</i> Harga	6
1.1	<i>Pra Survey</i> Kepuasan Pelanggan	6
2.1	Model Penelitian	37
3.1	Hubungan Kausal Substruktural Persamaan 1	50
3.2	Hubungan Kausal Substruktural Persamaan 2	51
3.3	Diagram Jalur Hubungan Kausal Persamaan 3	52
4.1	Responden Berdasarkan Usia	54
4.2	Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	55
4.3	Responden Berdasarkan Pekerjaan	56
4.4	Responden Berdasarkan Pembelian 3 Bulan Terakhir	57
4.5	Responden Berdasarkan Status Pernikahan	58
4.6	Responden Berdasarkan Minimal Pembelian Kosmetik <i>Make Over</i>	59
4.7	Tahap I Analisis Jalur	66
4.8	Tahap II Analisis Jalur	70
4.9	Gabungan Tahap I dan II Analisis Jalur	70

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Nama Lampiran	Halaman
1	Kuesioner <i>Pra Survey</i>	89
2	Kuesioner Penelitian	90
3	Data Tabulasi Karakteristik 30 Responden	95
4	Data Tabulasi Karakteristik 150 Responden	96
5	Tabulasi Data <i>Pre-Test</i> 30 Responden	97
6	Tabulasi Data 150 Responden	98
7	Hasil Uji Validitas 30 Responden	103
8	Hasil Uji Reliabilitas 30 Responden	108
9	Hasil Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	109
10	Tabel Nilai r <i>Product Moment</i>	111