

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAKSI	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi dan Pembatasan Masalah	8
1.2.1 Identifikasi Masalah	8
1.2.2 Pembatasan Masalah	8
1.3 Rumusan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Manfaat Penelitian	10
BAB II LANDASAN TEORI	12
2.1 Perilaku Konsumen	12
2.2 Loyalitas Pelanggan	14
2.2.1 Karakteristik Loyalitas Pelanggan.....	17
2.2.2 Tingkatan Loyalitas Pelanggan.....	17
2.3 Kepuasan Pelanggan	18
2.3.1 Manfaat Kepuasan Pelanggan.....	20
2.3.2 Mengukur Kepuasan Pelanggan.....	20
2.4 Citra Merek	22

2.4.1	Dimensi Citra Merek.....	23
2.4.2	Fungsi Merek dan Manfaat Merek.....	24
2.4.3	Tujuan Merek.....	26
2.5	Kualitas Produk.....	28
2.5.1	Kualitas Produk.....	29
2.5.2	Dimensi Kualitas Produk.....	31
2.6	Penelitian Terdahulu.....	33
2.7	Hubungan Antar Variabel.....	37
2.7.1	Hubungan Citra Merek (X1) dengan Loyalitas Pelanggan (Y).....	37
2.7.2	Hubungan Kualitas Produk (X2) dengan Loyalitas Pelanggan (Y).....	37
2.7.3	Hubungan Kepuasan Pelanggan (Z) dengan Loyalitas Pelanggan (Y).....	37
2.8	Hipotesis.....	38
2.9	Model Penelitian.....	38
BAB III	METODE PENELITIAN	40
3.1	Desain Riset	40
3.2	Jenis dan Sumber Data.....	40
3.2.1	Jenis Data	40
3.2.2	Sumber Data.....	41
3.3	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	42
3.3.1	Populasi.....	42
3.3.2	Sampel.....	42
3.3.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	43
3.4	Unit Analisis	44
3.5	Definisi Operasional Variabel.....	44
3.5.1	Definisi Variabel	44
3.5.2	Definisi Operasional.....	46
3.6	Teknik Analisis Data.....	48
3.6.1	Uji Validitas	48

3.6.2	Uji Reliabilitas	49
3.6.3	Metode Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	50
3.6.3.1	Langkah-Langkah Melakukan Analisis Jalur.....	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		56
4.1	Hasil Penelitian.....	56
4.1.1	Deskriptif Data/Karakteristik Responden.....	56
4.1.2	Uji Validitas.....	58
4.1.3	Uji Reliabilitas.....	61
4.1.4	Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	62
4.1.4.1	Analisis Jalur Tahap I.....	62
4.1.4.2	Analisis Jalur Tahap II.....	66
4.1.4.3	Analisis Jalur Gabungan Tahap I dan Tahap II.....	71
4.2	Pembahasan Hasil Penelitian.....	75
4.2.1	Pengaruh Citra Merek (X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Z).....	75
4.2.2	Pengaruh Kualitas Produk (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Z).....	76
4.2.3	Pengaruh Citra Merek (X1) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).....	77
4.2.4	Pengaruh Kualitas Produk (X2) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).....	79
4.2.5	Pengaruh Kepuasan Pelanggan (Z) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).....	80
4.2.6	Pengaruh Citra Merek (X1) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) Melalui Kepuasan Pelanggan (Z).....	81
4.2.7	Pengaruh Kualitas Produk (X2) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) Melalui Kepuasan Pelanggan (Z).....	81
4.3	Temuan Penelitian.....	82
4.4	Keterbatasan Penelitian.....	84
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		85

5.1	Kesimpulan.....	85
5.2	Saran.....	87
5.3	Implikasi Penelitian.....	88
DAFTAR PUSTAKA.....		90
LAMPIRAN.....		92

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 <i>Market Share</i> Kategori Bedak Wajah Tahun 2012-2016.....	5
Tabel 2.1 Tabel Analisis Perilaku Konsumen.....	14
Tabel 2.2 Hasil Penelitian Terdahulu.....	33
Tabel 3.1 Skala <i>Likert</i>	44
Tabel 3.2 Operasional Variabel.....	46
Tabel 3.3 Nilai <i>Range Uji</i> Reliabilitas	50
Tabel 4.1 Uji Validitas.....	59
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	61
Tabel 4.3 Hasil Uji Regresi Citra Merek & Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	62
Tabel 4.4 Nilai Koefisien Determinasi Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	64
Tabel 4.5 Hasil Uji Regresi Citra Merek, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	66
Tabel 4.6 Nilai Koefisien Determinasi Citra Merek, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	69
Tabel 4.7 Hasil Perhitungan Pengaruh.....	72

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Hasil Pra Survei.....	7
Gambar 2.3 Model Penelitian	39
Gambar 3.4 Diagram Jalur Hubungan Kausal: X_1 , X_2 , dan Z ke Y	52
Gambar 3.5 Hubungan Kausal Substruktur Persamaan 1	53
Gambar 3.6 Hubungan Kausal Substruktur Persamaan 2	53
Gambar 4.1 Responden Berdasarkan Usia.....	56
Gambar 4.2 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	57
Gambar 4.3 Responden Berdasarkan Berapa Kali Pembelian.....	58
Gambar 4.4 Analisis Jalur Tahap I.....	65
Gambar 4.5 Analisis Jalur Tahap II.....	70
Gambar 4.6 Analisis Jalur Gabungan Tahap I dan Tahap II.....	71

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Pra Survei.....	93
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	96
Lampiran Data Tabulasi Karakteristik 30 Responden.....	99
Lampiran Data Tabulasi Karakteristik 150 Responden.....	100
Lampiran Data Tabulasi <i>Pre Test</i> 30 Responden.....	101
Lampiran Data Tabulasi 150 Responden.....	102
Lampiran Hasil Uji Validitas 30 Responden.....	107
Lampiran Hasil Uji Reliabilitas.....	109
Lampiran Hasil Uji Analisis Jalur Tahap I.....	110
Lampiran Hasil Uji Analisis Jalur Tahap II.....	111
Lampiran Tabel Nilai <i>r Product Moment</i>	112