

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRACK	vi
ABSTRACT	vii
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. Perumusan Masalah	9
1.4. Tujuan Penelitian	10
1.5. Manfaat Penelitian	11
1.5.1. Manfaat Teoritis	11
1.5.2. Manfaat Praktis	11
1.5.2.1. Manfaat Bagi Penulis	11
1.5.2.2. Manfaat Bagi Perusahaan	11
BAB II LANDASAN TEORI	12
2.1. Kualitas Produk	12
2.1.1. Klasifikasi Produk	13
2.1.2. Dimensi Kualitas Produk	15
2.2. Citra Merek	16
2.2.1. Pengertian Citra Merek	16
2.2.2. Fungsi Citra Merek	17
2.2.3. Tujuan Citra Merek	19
2.2.4. Dimensi Citra merek	20
2.3. Kepuasan Pelanggan	21
2.3.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan	21

2.3.2. Mengukur Kepuasan Pelanggan.....	22
2.3.3. Manfaat Kepuasan Pelanggan.....	23
2.3.4. Dimensi Kepuasan Pelanggan.....	24
2.4. Loyalitas Pelanggan	25
2.4.1. Pengertian Loyalitas Pelanggan	25
2.4.2. Jenis-Jenis Loyalitas Pelanggan.....	27
2.4.3. Dimensi Loyalitas Pelanggan	28
2.5. Hasil Penelitian Sebelumnya	29
2.6. Hubungan antar Variabel	41
2.6.1. Hubungan Kualitas Produk dengan Kepuasan Pelanggan.....	41
2.6.2. Hubungan Citra Merek dengan Kepuasan Pelanggan	42
2.6.3. Hubungan Kualitas Produk dengan Loyalitas Pelanggan.....	43
2.6.4. Hubungan Citra Merek dengan Loyalitas Pelanggan	43
2.6.5. Hubungan Kepuasan Pelanggan dengan Loyalitas Pelanggan	44
2.6.6. Hubungan Kualitas Produk dengan Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan.....	45
2.6.7. Hubungan Citra Merek dengan Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan.....	46
2.7. Hipotesis.....	46
2.8. Model Penelitian	47

BAB III METODE PENELITIAN 48

3.1. Desain Penelitian.....	48
3.2. Jenis dan Sumber Data	48
3.2.1. Jenis Data	48
3.2.2. Sumber Data.....	49
3.2.2.1. Data Primer	49
3.2.2.2. Data Sekunder	50
3.3. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	50
3.3.1. Populasi.....	50
3.3.2. Sampel.....	50
3.3.3. Teknik Pengambilan Sampel	51
3.4. Unit Analisis.....	51
3.5. Definisi Operasionalisasi Variabel.....	52
3.6. Teknik Analisis Data.....	56
3.6.1. Uji Validitas	56
3.6.2. Uji Reliabilitas	57
3.6.3. Uji Regresi Linear Berganda.....	58
3.6.3.1. Uji F (Uji Serentak)	58
3.6.3.2. Uji t (Uji Parsial).....	59
3.6.3.3. Koefisien Determinasi (R^2)	60
3.6.4. Uji Intervening	60
3.6.4.1. Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	60
3.6.4.2. Mendeteksi Pengaruh Mediasi (Sobel Test)	64

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	67
4.1. Profil Objek Penelitian.....	67
4.2. Hasil Penelitian	68
4.2.1. Deskriptif Data/Karakteristik Responden	68
4.2.1.1. Responden Berdasarkan Usia.....	68
4.3. Hasil Uji Validitas	71
4.3.1. Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....	72
4.3.2. Hasil Uji Validitas Citra Merek	73
4.3.3. Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan	73
4.3.4. Hasil Uji Validitas Loyalitas Pelanggan	74
4.4. Hasil Uji Reliabilitas.....	75
4.5. Analisis Deskriptif Penelitian	76
4.5.1. Variabel Kualitas Produk.....	77
4.5.2. Variabel Citra Merek	78
4.5.3. Variabel Kepuasan Pelanggan	80
4.5.4. Variabel Loyalitas Pelanggan	81
4.6. Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	82
4.6.1. Analisis Jalur Tahap Pertama	82
4.6.1.1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan	83
4.6.2. Analisis Jalur Tahap Kedua	85
4.6.2.1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan	86
4.6.3. Analisis Jalur Gabungan Tahap 1 dan Tahap 2.....	89
4.7. Pembahasan Hasil Penelitian	93
4.7.1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan	93
4.7.2. Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan	95
4.7.3. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan	97
4.7.4. Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan	97
4.7.5. Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	99
4.7.6. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan.....	100
4.7.7. Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan.....	101
4.8. Temuan Penelitian	102
4.9. Keterbatasan Penelitian.....	102
 BAB V KESIMPULAN, SARAN DAN IMPLIKASI PENELITIAN	 104
5.1. Kesimpulan	104
5.2. Saran	106
5.3. Implikasi Penelitian	107
5.3.1. Implikasi Teoritis	107
5.3.2. Implikasi Praktis	108
DAFTAR PUSTAKA	109
LAMPIRAN.....	113

DAFTAR TABEL

No	Nama Tabel	Halaman
1.1	<i>Tob Brand Index Hand & Body Lotion</i> Tahun 2013-2017	3
2.1	Penelitian Terdahulu	29
3.1	Skala Interval	49
3.2	Definisi Operasional Variabel	54
3.3	Kriteria Reliabilitas	58
4.1	Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....	72
4.2	Hasil Uji Validitas Citra Merek	73
4.3	Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan	74
4.4	Hasil Uji Validitas Loyalitas Pelanggan	75
4.5	Uji Reliabilitas	75
4.6	Skala Pengukuran Nilai Indeks	77
4.7	Angka Indeks Variabel Kualitas Produk	77
4.8	Angka Indeks Variabel Kualitas Citra Merek.....	79
4.9	Angka Indeks Variabel Kepuasan Pelanggan	80
4.10	Angka Indeks Variabel Loyalitas Pelanggan	81
4.11	Hasil Nilai Koefisien Regresi dan Uji t Tahap Pertama	82
4.12	Nilai Koefisien Determinasi.....	84
4.13	Hasil Nilai Koefisien Regresi dan Uji t Tahap Kedua	85
4.14	Nilai Koefisien Determinasi.....	88

DAFTAR GAMBAR

No.	Nama gambar	Halaman
1.1	Hasil Pra Survey Kualitas Produk <i>Hand & Body Lotion</i> Nivea di Wilayah Jakarta Barat.....	5
1.2	Hasil Pra Survey Citra Merek <i>Hand & Body Lotion</i> Nivea di Wilayah Jakarta Barat.....	6
1.3	Hasil Pra Survey Kepuasan Pelanggan <i>Hand & Body Lotion</i> Nivea di Wilayah Jakarta Barat.....	7
2.1	Model Penelitian.....	47
3.1	Diagram Jalur Hubungan Kausal X_1 , X_2 , dan Z terhadap Y	62
3.2	Diagram Struktur 1.....	63
3.3	Diagram Struktur 2.....	64
3.4	Mendeteksi Pengaruh Mediasi (Sobel Test) Tahap Pertama.....	65
3.5	Mendeteksi Pengaruh Mediasi (Sobel Test) Tahap Kedua.....	66
4.1	Responden Berdasarkan Usia.....	68
4.2	Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	69
4.3	Responden Berdasarkan Pengeluaran.....	70
4.4	Responden Berdasarkan Pembelian <i>Hand & Body Lotion</i> Nivea.....	71
4.5	Hasil Tahap Pertama Analisis Jalur.....	83
4.6	Hasil Tahap Kedua Analisis Pertama.....	86
4.7	Tahap Ketiga Analisis Jalur Gabungan Tahap 1 dan Tahap 2.....	89
4.8	Hasil Mendeteksi Pengaruh Mediasi (Sobel Test) Tahap Pertama.....	90
4.9	Hasil Mendeteksi Pengaruh Mediasi (Sobel Test) Tahap Kedua.....	92

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Pra Survey.....	113
Lampiran 2 Kuesioner.....	115
Lampiran 3 Tabulasi Data Pretest 30 Responden	121
Lampiran 4 Uji Validitas.....	126
Lampiran 5 Uji Reliabilitas.....	130
Lampiran 6 Tabulasi 100 Responden.....	131
Lampiran 7 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	145