

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR ORISINALITAS	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
.1 Latar Belakang Masalah	1
.2 Identifikasi Masalah dan Pembatas Masalah	7
1.2.1 Identifikasi Masalah	7
1.2.2 Pembatasan Masalah	8
.3 Rumusan Masalah	8
.4 Tujuan Penelitian	9
.5 Manfaat Penelitian	10
BAB II LANDASAN TEORI	12
.1 Produk	12
2.1.1 Pengertian Produk	12
2.1.2 Dimensi Kualitas Produk	13
2.1.3 Manfaat Kualitas Produk	14
.2 Citra Merek	15
2.2.1 Pengertian Citra Merek	15
2.2.2 Tujuan Citra Merek	16
2.2.3 Dimensi Citra Merek	16
.3 Kepuasan	17
2.3.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan	17
2.3.2 Dimensi Kepuasan Pelanggan	18
2.3.3 Manfaat Kepuasan Pelanggan	19
2.3.4 Pengukuran Kepuasan Pelanggan	20
.4 Loyalitas	22
2.4.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan	22
2.4.2 Dimensi Loyalitas Pelanggan	25

.5 Hasil Penelitian Terdahulu	25
.6 Hubungan Antara Variabel	29
2.6.1 Hubungan antara Kualitas Produk dengan Kepuasan Pelanggan.....	29
2.6.2 Hubungan antara Citra Merek dengan Kepuasan Pelanggan.....	30
2.6.3 Hubungan antara Kualitas Produk dengan Loyalitas Pelanggan	30
2.6.4 Hubungan antara Citra Merek dengan Loyalitas Pelanggan	31
2.6.5 Hubungan antara Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan	32
2.6.6 Hubungan antara Kualitas Produk terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Pelanggan	32
2.6.7 Hubungan antara Citra Merek terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Pelanggan	33
.7 Hipotesis	33
.8 Model Penelitian	34
BAB III METODE PENELITIAN	36
.1 Desain Riset	36
.2 Jenis dan Sumber Data	36
3.2.1 Jenis Data	36
3.2.2 Sumber Data	37
.3 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	38
3.3.1 Populasi	38
3.3.2 Sampel	38
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel	39
.4 Unit Analisis	40
.5 Definisi Variabel	40
3.5.1 Kualitas Produk	40
3.5.2 Citra Merek	41
3.5.3 Kepuasan Pelanggan	42
3.5.4 Loyalitas Pelanggan	43
.6 Teknik Analisis Data.....	45
3.6.1 Uji Validitas	45
3.6.2 Uji Reliabilitas	46
3.6.3 Analisis Jalur Path	47
3.6.4 Koefisien Determinasi (R^2)	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	51
.1 Hasil Penelitian	51
4.1.1 Karakteristik Responden	51
4.1.2 Uji Validitas	55
4.1.3 Uji Reliabilitas	57
4.1.4 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	58

4.1.4.1 Analisis Jalur Tahap I	58
4.1.4.2 Analisis Jalur Tahap II	61
4.1.4.3 Analisis Jalur Gabungan Tahap I dan II	66
.2 Pembahasan Hasil Penelitian	68
4.2.1 Pengaruh Kualitas Produk (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Z).....	68
4.2.2 Pengaruh Citra Merek (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan	69
4.2.3 Pengaruh Kualitas Produk (X1) terhadap Loyalitas (Y)	70
4.2.4 Pengaruh Citra Merek (X2) terhadap Loyalitas (Y)	71
4.2.5 Pengaruh Kepuasan Pelanggan (Z) terhadap Loyalitas (Y)	71
4.2.6 Pengaruh Kualitas Produk (X1) terhadap Loyalitas (Y) melalui Kepuasan Pelanggan	72
4.2.7 Pengaruh Citra Merek (X2) terhadap Loyalitas (Y) melalui Kepuasan Pelanggan (Z)	73
.3 Temuan Penelitian	73
.4 Keterbatasan Penelitian	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	75
.1 Kesimpulan	75
.2 Saran	76
.3 Implikasi Penelitian.....	77
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN	82

DAFTAR TABEL

Nomor	Nama Tabel	Halaman
.1	<i>Top Brand Index</i>	3
.1	Penelitian Terdahulu	25
.1	Instrumen Skala Likert	37
.2	Definisi Operasional Variabel	43
.3	Cronbac Alpha	46
.1	Hasil Uji Validitas	56
.2	Hasil Uji Reliabilitas	58
.3	Nilai Koefisien dan Uji Signifikan	59
.4	Nilai Koefisien Determinasi Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan	60
.5	Nilai Koefisien Regresi t Kualitas Produk, Citra Merek Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas.....	62
.6	Nilai Koefisien Regresi t Kualitas Produk, Citra Merek Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas.....	63
.7	Nilai Koefisien Determinasi Kualitas Produk Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas.....	64
.8	Hasil Perhitungan Pengaruh	67

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Nama Gambar	Halaman
.1	Hasil Pra Survey Kualitas Produk.....	4
.2	Hasil Pra Survey Citra Merek	5
.3	Hail Pra Survey Kepuasan Pelanggan	6
.1	Model Penelitian	35
.1	Hubungan Kausal Substruktural Persamaan 1	47
.2	Hubungan Kausal Substruktural Persamaan 2	48
.3	Diagram Jalur Hubungan Kausal Persamaan 3	49
.1	Responden Pasta Gigi Ciptadent Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
.2	Responden Pasta Gigi Ciptadent Berdasarkan Usia	52
.3	Responden Pasta Gigi Ciptadent Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	53
4.4	Responden Pasta Gigi Ciptadent Berdasarkan Pekerjaan	53
4.5	Responden Pasta Gigi Ciptadent Berdasarkan Penghasilan	54
4.6	Responden Pasta Gigi Ciptadent Berdasarkan Frekuensi Membeli Pasta Gigi Ciptadent Dalam 1 Bulan	55
4.7	Tahap 1 Analisis Jalur	61
4.8	Tahap 2 Analisis Jalur	65
4.9	Analisis Jalur Gabungan Tahap 1 dan 2	66

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuisisioner Pra Survey	82
Lampiran 2 Kuisisioner	84
Lampiran 3 Identitas Responden	88
Lampiran 4 Tabel Tabulasi Pre-Test 30 Responden	94
Lampiran 5 Tabel Tabulasi 120 Responden	97
Lampiran 6 Tabel Nilai Kritis Untuk r Pearson Product Moment.....	103
Lampiran 7 Uji Reliabilitas	105
Lampiran 8 Uji Validitas	107
Lampiran 9 Analisis Jalur Tahap 1	113
Lampiran 10 Analisis Jalur Tahap 2	114
Lampiran 11 Metode <i>Trimming</i>	115