

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAKSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	5
1.3 Pembatasan Masalah.....	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>8</b>
2.1 Manajemen Pemasaran.....	8
2.1.1. Pengertian Menejemen Pemasaran .....	8
2.2 Produk .....	9
2.2.1 Pengertian Produk.....	9
2.2.2 Kelompok Produk.....	9
2.2.3 Diferensiasi Produk ( <i>Product Differentiation</i> ).....	11
2.2.4 Hirarki Produk .....	12
2.3 Kualitas Produk.....	13
2.3.1. Pengertian Kualitas Produk .....	13
2.3.2. Perspektif Kualitas.....	14
2.3.3. Dimensi Produk .....	15
2.4 Harga .....	16
2.4.1 Pengertian Harga.....	16
2.4.2 Faktor yang Menentukan Harga .....	16
2.4.3 Peranan Harga .....	17
2.4.4 Dimensi Harga.....	19
2.5 Kesiediaan Untuk Membayar ( <i>Willingness to Pay</i> ) .....	19
2.5.1 Pengertian Kesiediaan Untuk Membayar ( <i>Willingness to Pay</i> ).....	19
2.5.2 Konsep <i>Willingness to Pay</i> .....	19
2.6 Penelitian Terdahulu .....	21
2.7 Hubungan Antar Variabel .....	22

2.7.1	Hubungan Kualitas Produk dengan <i>Willingness to Pay</i> .....	22
2.7.2	Hubungan Kualitas Produk dengan <i>Willingness to Pay</i> dimoderasi oleh Harga .....	23
2.8	Hipotesis.....	23
2.9	Model Penelitian .....	24
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>25</b>
3.1	Desain Riset.....	25
3.2	Jenis dan Sumber Data .....	25
3.3	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel .....	26
3.3.1	Populasi.....	26
3.3.2	Sampel .....	27
3.3.3	Teknik Pengambilan Sampel .....	27
3.4	Unit Analisis.....	28
3.4.1	Teknik Pengumpulan Data .....	28
3.5	Definisi Operasional Variabel.....	29
3.6	Teknik Analisis Data .....	32
3.6.1.	Uji Validitas.....	32
3.6.2.	Uji Realibilitas.....	33
3.7	Metode Analisis Data .....	33
3.7.1	Metode Analisis Data dengan Model Rerata Sel .....	33
3.7.2	Media Split .....	34
3.7.3	Metode <i>General Linear Model (GLM) Univariate</i> .....	35
3.7.4	Metode Rerata Sel ANOVA Nonhirarkhi .....	35
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>38</b>
4.1	Hasil Penelitian .....	38
4.1.1	Pelaksanaan <i>Pre-Test</i> .....	38
4.1.2	Pembahasan Uji Validitas.....	38
4.1.3	Pembahasan Uji Reliabilitas .....	41
4.1.4	Pelaksanaan <i>Survey</i> .....	42
4.1.5	Karakteristik Responden.....	43
4.2	Analisis Hasil Penelitian dengan Rerata Sel.....	44
4.2.1	Media Split.....	44
4.2.2	Pengujian Hipotesis 1: Kualitas Produk Berpengaruh Terhadap <i>Willingness to Pay</i> Produk Biomatrix Flex Stent.....	46
4.2.3	Pengujian Hipotesis 2: Kualitas Produk Berpengaruh Terhadap <i>Willingness to Pay</i> di Moderasi oleh Harga Pada Produk Biomatrix Flex Stent.....	48
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian .....	51
4.3.1	Kualitas Produk Berpengaruh Terhadap <i>Willingness to Pay</i> .....	51
4.3.2	Kusus Untuk Harga Rendah, Kualitas Produk Rendah Memiliki <i>Willingness to Pay</i> yang Lebih Besar Dibandingkan Kualitas Produk Tinggi.....	52
4.3.3	Kusus Untuk Kualitas Produk Rendah, Harga Rendah Memiliki <i>Willingness to Pay</i> yang Lebih Tinggi Dibandingkan Harga	

Tinggi .....	53
4.4 Temuan Penelitian .....	53
4.5 Keterbatasan Penelitian .....	54
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>55</b>
5.1 Kesimpulan.....	55
5.2 Saran.....	56
5.2.1 Bagi Manajemen PT Ids Medical Systems Indonesia.....	56
5.2.2 Bagi Peneliti selanjutnya.....	56
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>58</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>60</b>