

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAKSI	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi dan Pembatasan Masalah	7
C. Perumusan Masalah.....	8
D. Tujuan Penelitian.....	9
E. Manfaat Penelitian.....	9
F. Sistematika Penulisan.....	10
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Loyalitas Konsumen.....	12
B. Kepuasan Konsumen	16
C. Marketing Mix.....	18
D. Produk.....	19
E. Harga	21
F. Promosi.....	22
G. Place	23
H. Manajemen Pemasaran.....	24

I. Pemasaran.....	26
J. Penelitian Terdahulu.....	27
K. Kerangka Pikir Penelitian.....	29
L. Perumusan Hipotesis	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	35
B. Tempat dan Waktu Penelitian	35
C. Jenis dan Sumber Data	35
D. Populasi dan Sampel.....	37
E. Metode Pengumpulan Data	38
F. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	38
G. Metode Analisis Data	40
H. Definisi Operasional Variabel	47
BAB IV GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN	
A. Profil Maicih.....	49
B. Visi dan Misi Maicih	50
C. Produk Maicih	51
D. Karakteristik Responden	55
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Pelaksanaan Administrasi Survei	59
B. Analisis Data Dengan Structural Equation Model	59
C. Pengujian Hipotesis	72
D. Pengaruh Mediasi	74
E. Implikasi	76
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....	78
B. Saran	79
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	