

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR GAMBAR	v
DAFTAR TABEL.....	vi
INTISARI.....	vii
ABSTRACT.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Pertanyaan Penelitian	7
1.4. Tujuan Penelitian	8
1.5. Manfaat Penelitian	8
1.6. Lingkup Penelitian	9
1.7. Sistematika Penulisan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1. Pemasaran	11
2.2. Konsep Pemasaran	12
2.3. Perilaku Konsumen.....	14
2.4. Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	16
2.5. Loyalitas Konsumen	19
2.5.1 Pengertian Loyalitas Konsumen	19
2.5.2 Indikator Loyalitas Konsumen	20
2.6. Reputasi Merek	20
2.6.1 Pengertian Merek.....	20
2.6.2 Indikator Reputasi Merek	21
2.7. Diferensiasi Produk.....	22
2.7.1 Pengertian Diferensiasi Produk	22
2.7.2 Indikator Diferensiasi Produk.....	23
2.8. Kepuasan Konsumen.....	24
2.8.1 Pengertian Kepuasan Konsumen	24
2.8.2 Indikator Kepuasan Konsumen.....	25
2.9. Pengembangan Hipotesis	26
2.9.1 Pengaruh Reputasi Merek pada Kepuasan Konsumen	26
2.9.2 Pengaruh Reputasi Merek pada Loyalitas Konsumen	27
2.9.3 Pengaruh Diferensiasi Produk pada Kepuasan Konsumen.....	27
2.9.4 Pengaruh Diferensiasi Produk pada Loyalitas Konsumen.....	28
2.9.5 Pengaruh Kepuasan pada Loyalitas Konsumen.....	28
2.10. Kerangka Berpikir.....	29
BAB III METODA PENELITIAN	30
3.1. Desain Penelitian.....	30
3.2. Populasi dan Sampel	30

3.3	Metoda Pengumpulan Data	31
3.4	Definisi Operasional Variabel.....	32
3.4.1	Reputasi Merek	32
3.4.2	Diferensiasi Produk	33
3.4.3	Kepuasan Konsumen	34
3.4.4	Loyalitas Konsumen	35
3.5	Pengujian Instrumen Penelitian	36
3.5.1	Pengujian Validitas	36
3.5.2	Pengujian Reliabilitas	37
3.6	Metoda Analisis Data.....	37
3.6.1	Analisis Deskriptif	37
3.6.2	Pengujian Asumsi Klasik Multikolinieritas	37
3.6.3	Uji Regresi Berganda.....	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		42
4.1.	Profil Responden.....	42
4.2.	Hasil Pengujian Validitas Instrumen Penelitian.....	45
4.3	Analisis Deskriptif	48
4.4	Pengujian Asumsi Klasik	49
4.4.1	Uji Multikolinearitas Reputasi Merek dan Diferensiasi Produk pada Kepuasan Konsumen	49
4.4.2	Uji Multikolinearitas Reputasi Merek dan Diferensiasi Produk pada Loyalitas Konsumen	42
4.5.	Pengujian Hipotesis.....	50
4.5.1	Pengaruh Reputasi Merek dan Diferensiasi Produk pada Kepuasan Konsumen	51
4.5.2	Pengaruh Reputasi Merek dan Diferensiasi Produk pada Loyalitas Konsumen	53
4.5.3	Pengaruh Kepuasan Konsumen pada Loyalitas Konsumen	55
4.6.	Pembahasan.....	56
4.6.1	Pengaruh Reputasi Merek pada Kepuasan Konsumen	56
4.6.2	Pengaruh Reputasi Merek pada Loyalitas Konsumen	57
4.6.3	Pengaruh Diferensiasi Produk pada Kepuasan Konsumen.....	58
4.6.4	Pengaruh Diferensiasi Produk pada Loyalitas Konsumen.....	59
4.6.5	Pengaruh Kepuasan Konsumen pada Loyalitas Konsumen	60
BAB V KESIMPULAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL		61
5.1	Kesimpulan	61
5.2	Implikasi Manajerial	62
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	63
DAFTAR PUSTAKA		64
LAMPIRAN.....		67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir Penelitian	29
---	----

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Komponen Kualitas dan Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Suatu Produk.....	18
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Dilihat dari Jenis Kelamin.....	42
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Dilihat dari Usia.....	43
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Dilihat dari ingkat Pendidikan	43
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Dilihat dari Jenis Pekerjaan.....	44
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Dilihat dari Penghasilan Per Bulan	44
Tabel 4.6 Hasil Pengujian Validitas Instrumen Pengukuran	45
Tabel 4.7 Hasil Analisis <i>Cronbach's Alpha</i>	47
Tabel 4.8 Hasil Analisis Deskriptif Item dan Variabel Penelitian.....	48
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikoliniertitas Reputasi Merek dan Diferensiasi Produk pada Kepuasan Konsumen	49
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikoliniertitas Reputasi Merek dan Diferensiasi Produk pada Loyalitas Konsumen	50
Tabel 4.11 Hasil Analisis Pengaruh Parsial Reputasi Merek dan Diferensiasi Produk pada Kepuasan Konsumen	51
Tabel 4.12 Hasil Analisis Pengaruh Simultan Reputasi Merek dan Diferensiasi Produk pada Kepuasan Konsumen.....	52
Tabel 4.13 Hasil Analisis Koefisien Determinasi Pengaruh Reputasi Merek dan Diferensiasi Produk pada Kepuasan Konsumen.....	52
Tabel 4.14 Hasil Analisis Pengaruh Parsial Reputasi Merek dan Diferensiasi Produk pada Loyalitas Konsumen.....	53
Tabel 4.15 Hasil Analisis Pengaruh Simultan Reputasi Merek dan Diferensiasi Produk pada Loyalitas Konsumen.....	54
Tabel 4.16 Hasil Analisis Koefisien Determinasi Pengaruh Reputasi Merek dan Diferensiasi Produk pada Produk pada Loyalitas Konsumen.....	55
Tabel 4.17 Hasil Analisis Pengaruh Kepuasan Konsumen pada Loyalitas	55
Tabel 4.18 Hasil Analisis Koefisien Determinasi Pengaruh Kepuasan Konsumen pada Loyalitas Konsumen	56