

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
DAFTAR SINGKATAN KATA .....	xiv
INTISARI.....	xv
PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Perumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian: .....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Keaslian Penelitian.....	10
BAB II.....	10
TINJAUAN PUSTAKA .....	10
A. Konsep Pemasaran.....	10
B. Bauran Pemasaran .....	11
1. Produk.....	11
2. Harga.....	12
3. Tempat .....	13
4. Promosi .....	14
C. Loyalitas Dan Siklus Pembelian.....	14

D. Kepuasan Konsumen .....	19
E. PT Karya Pak Oles .....	22
F. Landasan Teori .....	23
G. Kerangka Konsep Penelitian .....	25
H. Hipotesis .....	26
BAB III .....	11
METODE PENELITIAN .....	11
A. Rancangan Penelitian .....	11
B. Tempat Dan Waktu Penelitian .....	27
C. Bahan Dan Subyek Penelitian .....	27
D. Identifikasi Variabel Penelitian .....	29
E. Definisi Operasional Variabel .....	30
F. Instrumen Penelitian .....	34
G. Jalannya Penelitian .....	38
H. Analisis Data .....	39
BAB IV .....	44
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	44
A. Uji Validitas Dan Reliabilitas .....	44
1. Kuesioner Bauran Pemasaran Kepuasan Dan Loyalitas .....	44
B. Deskripsi Karakteristik Responden .....	47
1. Jenis Kelamin .....	49
2. Umur .....	49
3. Status .....	50
4. Tingkat Pendidikan .....	50

5. Pekerjaan.....	52
6. Jenis Produk.....	53
7. Alasan Penggunaan.....	53
8. Ratio Penggunaan.....	54
C. Uji Asumsi Klasik.....	55
1. Uji Normalitas.....	55
2. Uji Multikolinieritas.....	55
3. Uji Heteroskedastisitas.....	56
D. Deskripsi Variabel Penelitian.....	57
1. Variabel Produk (X1).....	57
2. Variabel Harga (X2).....	59
3. Variabel Tempat (X3).....	60
4. Variabel Promosi (X4).....	62
5. Variabel Kepuasan.....	64
6. Variabel Loyalitas.....	65
E. Uji Hipotesis Penelitian.....	67
1. Pengaruh Produk (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen Pak Oles.....	68
2. Pengaruh Harga (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen PT Pak Oles Di Denpasar.....	70
3. Pengaruh Tempat (X3) Terhadap Kepuasan Konsumen PT Pak Oles Di Denpasar.....	72
4. Pengaruh Promosi (X4) Terhadap Kepuasan Konsumen PT Pak Oles Di Denpasar.....	73
5. Pengaruh Bauran Pemasaran Secara Bersama-Sama (X) Terhadap Kepuasan Konsumen PT Pak Oles Di Denpasar.....	75

6. Pengaruh Bauran Kepuasan (X) Terhadap Loyalitas Konsumen PT Pak Oles Di Denpasar. ....	79
F. Keterbatasan Penelitian.....	82
BAB V.....	83
KESIMPULAN DAN SARAN.....	83
DAFTAR PUSTAKA .....	86
DAFTAR LAMPIRAN .....	91

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Perbandingan Penelitian.....	10
Tabel 2 Definisi dan Indikator Sub Variabel Produk Bauran Pemasaran .....	30
Tabel 3 Definisi dan Indikator Sub Variabel Promosi Bauran Pemasaran .....	31
Tabel 4 Definisi dan Indikator Sub Variabel Tempat Bauran Pemasaran .....	32
Tabel 5 Definisi dan Indikator Variabel Loyalitas.....	34
Tabel 6 Skoring variabel penelitian .....	35
Tabel 7 Hasil Uji Validitas Kuesioner Bauran Pemasaran Kepuasan dan Loyalitas .....	45
Tabel 8 Deskripsi Karakteristik Responden Penelitian.....	48
Tabel 9 Hasil Uji Multikolineritas.....	55
Tabel 10 Hasil Uji Heteroskedstisitas.....	56
Tabel 11 Deskripsi Indikator Variabel Produk .....	57
Tabel 12 Deskripsi Indikator Variabel Harga .....	59
Tabel 13 Deskripsi Indikator Variabel Lokasi .....	61
Tabel 14 Deskripsi Indikator Variabel Promosi.....	62
Tabel 15 Deskripsi Indikator Variabel Kepuasan .....	64
Tabel 16 Deskripsi Indikator Variabel Loyalitas .....	65
Tabel 17 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana Bauran Pemasaran.....	67
Tabel 18 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Bauran Pemasaran .....	68
Tabel 19 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana Kepuasan.....	79

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Konsep Penelitian .....	25
Gambar 2 Jalannya Penelitian.....	39