

DAFTAR ISI

| | |
|---|-----|
| PERSETUJUAN SKRIPSI | i |
| PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN..... | ii |
| PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI | iii |
| MOTO DAN PERSEMBAHAN | iv |
| <i>ABSTRACT</i> | v |
| ABSTRAK | vi |
| KATA PENGANTAR | vii |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 10 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 11 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 11 |
| 1.5 Sistematika Penulisan..... | 12 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 14 |
| 2.1 Landasan Teori | 14 |
| 2.1.1 Strategi Pemasaran | 14 |
| 2.1.2 <i>Marketing Mix</i> | 15 |
| 2.1.3 <i>Product</i> | 17 |
| 2.1.4 <i>Price</i> | 19 |
| 2.1.5 <i>Place</i> | 21 |
| 2.1.6 <i>Promotion</i> | 23 |
| 2.1.7 <i>Customer Satisfaction</i> | 25 |
| 2.1.8 <i>Customer Loyalty</i> | 26 |
| 2.2 Hubungan Antar Variabel | 27 |
| 2.2.1 Hubungan antara <i>Product</i> dengan <i>Customer Satisfaction</i> | 27 |
| 2.2.2 Hubungan antara <i>Price</i> dengan <i>Customer Satisfaction</i> | 28 |
| 2.2.3 Hubungan antara <i>Place</i> dengan <i>Customer Satisfaction</i> | 29 |
| 2.2.4 Hubungan antara <i>Promotion</i> dengan <i>Customer Satisfaction</i> | 29 |

| | | |
|--|---|----|
| 2.2.5 | Hubungan antara <i>Customer Satisfaction</i> dengan <i>Customer Loyalty</i> | 30 |
| 2.3 | Penelitian Terdahulu..... | 31 |
| 2.4 | Kerangka Pemikiran Teoritis..... | 36 |
| 2.5 | Hipotesis Penelitian..... | 36 |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | | 38 |
| 3.1 | Variabel Penelitian dan Definisi Operasional..... | 38 |
| 3.1.1 | Variabel Penelitian..... | 38 |
| 3.1.2 | Definisi Operasional..... | 39 |
| 3.2 | Populasi dan Sampel..... | 41 |
| 3.2.1 | Populasi..... | 41 |
| 3.2.2 | Sampel..... | 41 |
| 3.3 | Jenis Data..... | 42 |
| 3.3.1 | Data Primer..... | 42 |
| 3.3.2 | Data Sekunder..... | 42 |
| 3.4 | Metode Pengumpulan Data..... | 43 |
| 3.5 | Metode Analisis Data..... | 44 |
| 3.5.1 | Analisis Deskriptif..... | 44 |
| 3.5.2 | Analisis Kuantitatif..... | 45 |
| BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN..... | | 51 |
| 4.1. | Deskripsi Objek Penelitian..... | 51 |
| 4.1.1 | Deskripsi Umum Perusahaan..... | 51 |
| 4.2. | Gambaran Umum Responden..... | 52 |
| 4.3. | Analisis Data..... | 55 |
| 4.3.1. | Uji <i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA)..... | 55 |
| 4.3.2. | Analisis <i>Full Structural Equation Model</i> (SEM)..... | 62 |
| 4.3.3. | Asumsi SEM..... | 66 |
| 4.3.4. | Uji Pengaruh Langsung, Tidak Langsung, dan Total..... | 74 |
| 4.3.5. | Analisis Deskriptif Jawaban Responden..... | 76 |
| 4.4. | Pembahasan dan Uji Hipotesis..... | 89 |
| 4.4.1 | Uji Hipotesis..... | 89 |
| 4.4.2 | Pembahasan..... | 91 |

| | |
|---------------------------------------|-----|
| BAB V PENUTUP..... | 102 |
| 5.1. Kesimpulan..... | 102 |
| 5.2. Implikasi Teoritis | 105 |
| 5.3. Keterbatasan Penelitian | 107 |
| 5.4. Implikasi Manajerial..... | 108 |
| 5.5. Saran Penelitian Mendatang | 113 |
| DAFTAR PUSTAKA | 114 |
| LAMPIRAN..... | 118 |