

DAFTAR ISI

Halaman:

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	15
1.3 Tujuan dan Kegunaan	17
1.3.1 Tujuan Penelitian	17
1.3.2 Manfaat penelitian	17
1.4 Sistematika Penulisan	18
BAB II TELAAH PUSTAKA	20
2.1 Landasan Teori	20
2.1.1 Konsep Pemasaran	20
2.1.2 Perilaku Konsumen	21
2.2 Loyalitas Konsumen	22
2.3 Kepuasan Konsumen	25
2.4 Kualitas Produk	28
2.5 Kualitas Pelayanan	31

2.6 Promosi	33
2.7 Hubungan antar Variabel yang Diteliti	36
2.7.1 Hubungan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen	36
2.7.2 Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen	37
2.7.3 Hubungan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen.....	39
2.7.4 Hubungan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan ...	40
2.7.5 Hubungan antara Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan	41
2.7.6 Hubungan antara Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan	42
2.8 Kebijakan Perusahaan Tentang Variabel / Indikator.....	43
2.8.1 Kebijakan Perusahaan Tentang Kualitas Produk.....	43
2.8.2 Kebijakan Perusahaan Tentang Kualitas Pelayanan	44
2.8.3 Kebijakan Perusahaan Tentang Promosi.....	45
2.8.4 Kebijakan Perusahaan Tentang Kepuasan Konsumen.....	46
2.8.5 Kebijakan Perusahaan Tentang Loyalitas Pelanggan	46
2.9 Penelitian Terdahulu	47
2.9.1 Lanny Sengkey dan Willem J.F.A Tumbuan (2014)	47
2.9.2 Citra Cahaya Asri (2014)	47
2.9.2 Ruth Amryyanti dan I Putu Gde Sukaatmadja (2013).....	48
2.9.3 Melysa Elisabeth Pongoh (2013).....	48
2.9.4 Melissa Tanuwijaya (2013)	49
2.9.5 Vita Briliana (2013)	50
2.9.6 Adhista Setyarini (2013)	51
2.9.7 Olivia Setiawan dan Ronal Suryaputra / Amelia (2012).....	52
2.9.9 Vita Briliana (2010)	53
2.10 Kerangka Pemikiran Teoritis	54
2.11 Dimensionalisasi Variabel	55
2.11.1 Dimensionalisasi Variabel Kualitas Produk.....	55
2.11.2 Dimensionalisasi Variabel Kualitas Pelayanan	57
2.11.3 Dimensionalisasi Variabel Promosi.....	58
2.11.4 Dimensionalisasi Variabel Kepuasan Konsumen	59
2.11.5 Dimensionalisasi Variabel Loyalitas Pelanggan	60
2.12 Hipotesis	61
BAB III METODE PENELITIAN	62
3.1 Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional	62
3.1.1 Variabel Penelitian.....	62
3.1.2 Definisi Operasional	63
3.2 Populasi Dan Sampel.....	65
3.2.1 Populasi	65

3.2.2 Sampel.....	65
3.3 Jenis Dan Sumber Data.....	66
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	67
3.5 Metode Analisis Data	69
3.6 Uji Kualitas Data	71
3.6.1 Uji Validitas.....	71
3.6.2 Uji Reliabilitas	71
3.7 Uji Model (Uji Asumsi Klasik).....	72
3.7.1 Uji Normalitas	72
3.7.2 Uji Multikolinieritas.....	73
3.7.3 Uji Heteroskedastisitas	73
3.8 Analisis Regresi Linier Berganda.....	74
3.9 Uji Hipotesis (Uji <i>Goodness of Fit</i>).....	75
3.9.1 Uji Statistik Parsial (Uji t).....	75
3.9.2 Uji Kelayakan Model (Uji F)	76
3.9.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	76
3.10 Uji Pengaruh Mediasi (Intervening).....	77
BAB IV HASIL DAN ANALISIS	79
4.1 Gambaran Umum Responden	79
4.1.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	80
4.1.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	80
4.1.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	81
4.1.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan.....	82
4.1.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Pengeluaran	83
4.1.6 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Perawatan yang Digunakan	84
4.2 Analisis Data	85
4.2.1 Analisis Data Deskriptif.....	85
4.2.1.1 Deskripsi Variabel Kualitas Produk.....	87
4.2.1.2 Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan	89
4.2.1.3 Deskripsi Variabel Promosi	91
4.2.1.4 Deskripsi Variabel Kepuasan Konsumen.....	93
4.2.1.5 Deskripsi Variabel Loyalitas Pelanggan	95
4.2.2 Uji Kualitas Data	97
4.2.2.1 Uji Validitas.....	97
4.2.2.2 Uji Reliabilitas	99
4.2.3 Uji Model / Uji Asumsi Klasik.....	100
4.2.3.1 Uji Normalitas.....	100

4.2.3.2 Uji Multikolineritas	105
4.2.3.3 Uji Heteroskedastisitas	107
4.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	109
4.4 Uji Hipotesis (Uji Goodness of Fit)	109
4.4.1 Uji t.....	109
4.4.2 Uji F.....	115
4.4.3 Uji Koefisien Determinasi	117
4.4.4 Menghitung R Total	119
4.5 Mendeteksi/Menguji Pengaruh Mediasi (Intervening).....	123
4.5.1 Uji Sobel	123
4.6 Pembahasan.....	129
BAB V PENUTUP	135
5.1 Kesimpulan	135
5.2 Implikasi Kebijakan bagi Perusahaan.....	140
5.3 Keterbatasan Penelitian	146
5.3.1 Agenda Penelitian Mendatang.....	146
DAFTAR PUSTAKA	147
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	150