

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

	Hal.
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	8
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 Konsep Pemasaran	9
2.1.1 Pengertian Pemasaran	9
2.1.2 Penciptaan Faedah Bagi Konsumen	10
2.2 Konsep Produk	11
2.2.1 Pengertian Produk	11
2.2.2 Tingkatan Produk/Level	13
2.2.3 Siklus Hidup Produk	14
2.3 Konsep Kualitas	15
2.3.1 Pengertian Kualitas	15
2.3.2 Pengukuran Kualitas	20
2.3.3 Dimensi Kualitas Produk	21
2.4 Konsep Loyalitas	23

2.4.1 Pengertian Loyalitas	23
2.4.2 Karakteristik Loyalitas Pelanggan	25
2.4.3 Tingkatan Loyalitas Pelanggan	26
2.4.4 Dinamika Loyalitas Pelanggan	29
2.4.5 Perspektif Loyalitas	30
2.5 Kajian Penelitian Terdahulu	31
2.6 Keterkaitan Antara Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan	33
2.7 Kerangka Pemikiran	35
2.8 Hipotesis	38

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian	39
3.2 Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data	40
3.2.1 Metode Penelitian	40
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data	40
3.2.3 Operasionalisasi Variabel	41
3.2.4 Jenis dan Sumber Data	43
3.3 Populasi dan Sampel	44
3.3.1 Populasi	44
3.3.2 Sampel	44
3.4 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	46
3.4.1 Uji Validitas	46
3.4.2 Uji Reliabilitas	49
3.5 Teknik Analisis Data	50
3.6 Uji Hipotesis	53
3.6.1 Pengujian Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji F)	54
3.6.2 Pengujian Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)	54
3.6.3 Uji Koefisien Determinasi	55

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

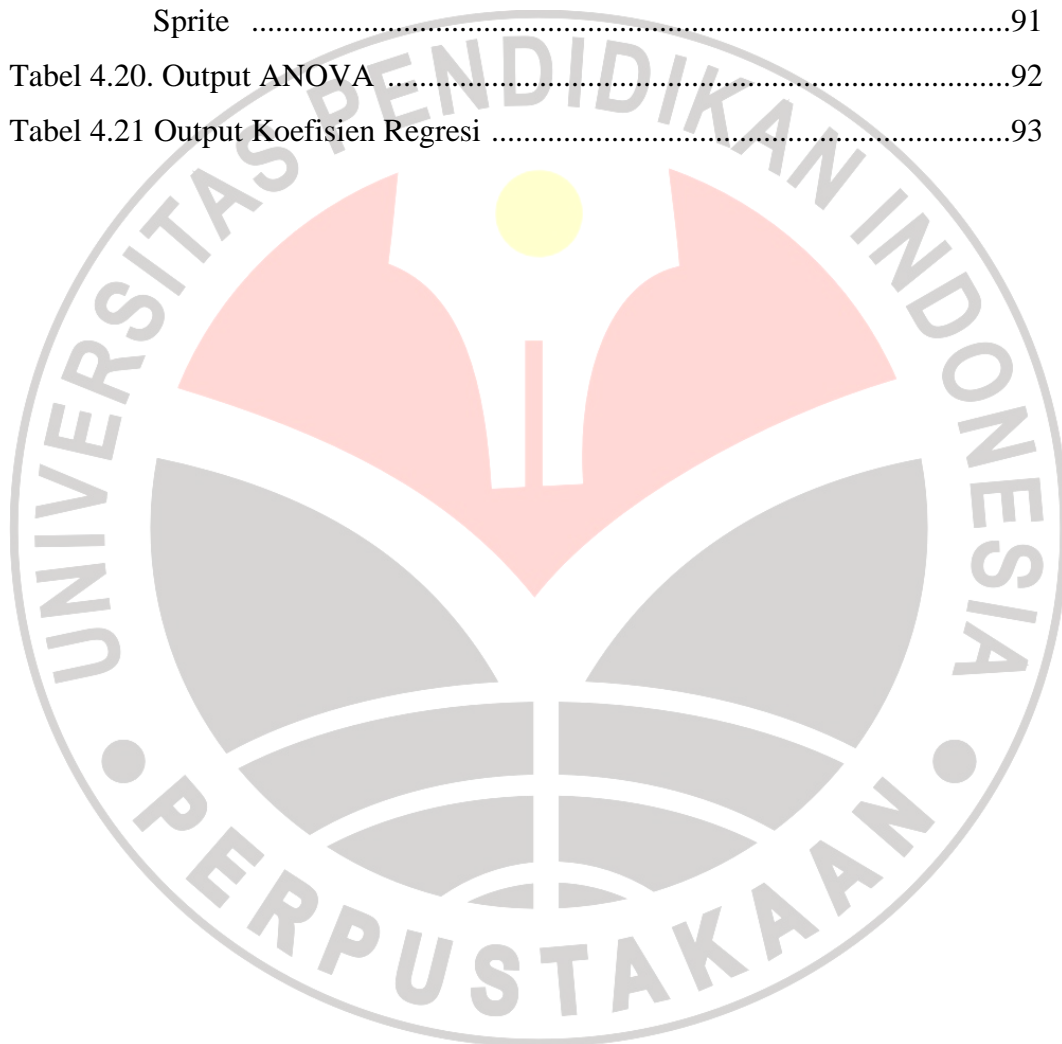
4.1 Profil PT. Coca-cola Company	56
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	56
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	59
4.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan	60
4.1.3 Profil Produk	61
4.2 Karakteristik Responden	61
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	62
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	63
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	64
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan atau Uang Saku Per Bulan	65
4.3. Pengalaman Responden	66
4.3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Mengonsumsi Sprite	66
4.3.2 Karakteristik Responden Dalam memperoleh Informasi Mengenai Sprite	68
4.3.3 Karakteristik Responden Mengenai Alasan Mengonsumsi Sprite	69
4.4. Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk Sprite	70
4.4.1 Tanggapan Responden Pada Dimensi Performansi	70
4.4.2 Tanggapan Responden Pada Dimensi Konformansi	72
4.4.3 Tanggapan Responden Pada Dimensi Daya Tahan	74
4.4.4 Tanggapan Responden Pada Dimensi Kemampuan Pelayanan	76
4.4.5 Tanggapan Responden Pada Dimensi Estetika	78
4.4.6 Tanggapan Responden Pada Dimensi Kualitas Yang Dirasakan	79

4.4.7 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel	
Kualitas Produk	81
4.4.8 Tanggapan Responden Terhadap Loyalitas Pelanggan	
Pada Produk Sprite	84
4.5. Hasil Pengujian Hipotesis	89
4.5.1 Kriteria Pengambilan Keputusan	90
4.5.2 Koefisien Korelasi Ganda dan Koefisien Determinasi	90
4.5.3 Pengujian Hipotesis dan Signifikasi secara Simultan	
(Uji F)	91
4.5.4 Pengujian Hipotesis dan Signifikasi secara Parsial	
(Uji T)	92
4.5.5 Model Persamaan Regresi Pengaruh Kualitas Produk	
Terhadap Loyalitas Konsumen	95
4.6. Pembahasan Hasil Penelitian	96
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	99
5.2 Saran.....	101
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Hal.
Tabel 1.1 IBBA 2006 Kategori Minuman Ringan Bersoda	3
Tabel 1.2 IBBA 2007 Kategori Minuman Ringan Bersoda	3
Tabel 2.1 Kajian Penelitian Terdahulu	32
Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian	42
Tabel 3.2 Jenis dan Sumber Data	44
Tabel 3.3 Hasil Pengujian Validitas Instrumen	48
Tabel 3.4 Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen	50
Tabel 3.5 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi	53
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	61
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	62
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	63
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	64
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan / Uang saku per Bulan	65
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Mengonsumsi Sprite.	67
Tabel 4.7 Karakteristik Responden dalam Memperoleh Informasi Mengenai Sprite	68
Tabel 4.8. Karakteristik Responden Alasan Mengonsumsi Sprite	69
Tabel 4.9. Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Performansi	70
Tabel 4.10. Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Konformasi ..	72
Tabel 4.11. Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Daya Tahan ..	74
Tabel 4.12. Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Kemampuan Pelayanan	76
Tabel 4.13. Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Estetika	78
Tabel 4.14. Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Kualitas Yang Dirasakan	80
Tabel 4.15. Rekapitulasi Skor Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk	82

Tabel 4.16. Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Loyalitas Pelanggan Pada Produk Sprite	84
Tabel 4.17. Tahapan Loyalitas.....	86
Tabel 4.18 Tahapan Loyalitas Berdasarkan Karakteristik Pelanggan	88
Tabel 4.19. Output Performasi, Kesesuaian, Daya Tahan, Kemampuan Pelayanan, Estetika dan Persepsi Kualitas Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Sprite	91
Tabel 4.20. Output ANOVA	92
Tabel 4.21 Output Koefisien Regresi	93



DAFTAR GAMBAR

	Hal.
Gambar 1.1 Pangsa Pasar Ditingkat Ritel Menurut Jenis Tahun 2006	2
Gambar 2.1 Image Product	12
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	37
Gambar 2.3 Paradigma Penelitian	38
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. CCDI SC Pasir Koja Bandung	60
Gambar 4.2 Karakter Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
Gambar 4.3 Karakter Responden Berdasarkan Umur	63
Gambar 4.4 Karakter Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	64
Gambar 4.5 Karakter Responden Berdasarkan Pekerjaan	65
Gambar 4.6 Karakter Responden Berdasarkan Pendapatan / Uang saku per Bulan	66
Gambar 4.7 Gambaran Responden berdasarkan lama mengkonsumsi Sprite	67
Gambar 4.8 Gambaran Responden dalam memperoleh Informasi Sprite	67
Gambar 4.9 Gambaran Responden mengenai Alasan mengkonsumsi Sprite	67
Gambar 4.10 Garis Kontinum Dimensi Performansi Pada Produk Sprite	71
Gambar 4.11 Garis Kontinum Dimensi Konformasi Pada Produk Sprite	73
Gambar 4.12 Garis Kontinum Dimensi Daya Tahan Pada Produk Sprite	75
Gambar 4.13 Garis Kontinum Dimensi Kemampuan Pelayanan Pada Produk Sprite	77
Gambar 4.14 Garis Kontinum Dimensi Estetika Pada Produk Sprite	79
Gambar 4.15 Garis Kontinum Dimensi Kualitas Yang Dirasakan	81
Gambar 4.16 Garis Kontinum Variabel Kualitas Produk	83
Gambar 4.17 Garis Kontinum Variabel Loyalitas Pada Produk Sprite	85
Gambar 4.18 Piramida Tahapan Loyalitas	86

DAFTAR LAMPIRAN

	Hal.
Lampiran 1 Kuisisioner	105
Lampiran 2 Tabulasi / Skoring dan Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	109
Lampiran 3 Korelasi <i>Product Moment</i>	112
Lampiran 4 SPSS <i>Regression</i>	116
Lampiran 5 Lembar Bimbingan Skripsi	118
Lampiran 6 Perhitungan Manual Reliabilitas dan Validitas	118
Lampiran 7 Rekapitulasi Skoring Tingkat Kualitas Produk	124
Lampiran 8 Rekapitulasi Skoring Tingkat Loyalitas Pelanggan	126
Lampiran 9 Critical Value of the r Product Moment	127
Lampiran 10 Critical Value of the F Distribution	128
Lampiran 11 Tabel Distribusi t Pada Beberapa Level Probabilitas	129
Lampiran 12 Surat Keputusan Dekan FPIPS Ujian Sidang Sarjana	131
Lampiran 13 Surat Izin Penelitian	133
Lampiran 14 Daftar Riwayat Hidup	134