

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>ABTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>

### **BAB I PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	15
1.3 Rumusan Masalah .....	17
1.4 Tujuan Penelitian .....	17
1.5 Kegunaan Penelitian.....	18

### **BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS**

2.1 Kajian Pustaka.....	19
2.1.1 Konsep <i>Food Quality</i> dan citra merek dalam strategi pemasaran... 19	
2.1.1.1 Konsep <i>Food Quality</i> .....	19
2.1.1.2 Definisi <i>Food Quality</i> .....	22
2.1.1.3 Dimensi <i>Food Quality</i> .....	23
2.1.2 Konsep Citra Merek .....	29
2.1.2.1 Definisi Citra Merek.....	29
2.1.2.2 Dimensi Citra Merek .....	32
2.1.2.3 Keyakinan Pelanggan terhadap Citra Merek .....	35
2.1.2.4 Faktor Pembentuk Citra Merek .....	36
2.1.3 Konsep Kepuasan Pelanggan .....	38
2.1.3.1 Definisi Kepuasan Pelanggan.....	38
2.1.3.2 Dimensi Kepuasan Pelanggan .....	41
2.1.3.3 Persepsi Pelanggan .....	43
2.1.3.4 Motode Pengukuran Kepuasan Pelanggan .....	45
2.1.4 Pengaruh <i>Food Quality</i> dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan.....	46
2.1.5 Orisinalitas Penelitian .....	48
2.2 Kerangka Pemikiran.....	52
2.3 Hipotesis.....	57

### **BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

3.1 Objek Penelitian .....	59
3.2 Metode Penelitian.....	60
3.2.1 Jenis dan Metode yang Digunakan .....	60
3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	63
3.2.3 Jenis dan Sumber Data .....	69
3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling .....	72

3.2.4.1	Populasi .....	72
3.2.4.2	Sampel .....	73
3.2.4.3	Teknik Penarikan Sampling.....	75
3.2.5	Teknik Pengumpulan Data.....	78
3.2.6	Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	80
3.2.6.1	Hasil Pengujian Validitas .....	81
3.2.6.2	Hasil Pengujian Reliabilitas.....	89
3.2.7	Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	92
3.2.7.1	Analisi Deskriptif .....	94
3.2.7.2	Analisis Verifikasi Menggunakan <i>Path</i> Analisis.....	95
3.2.8	Pengujian Hipotesis.....	99

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN BAHASAN**

4.1	Profil Perusahaan dan Pelanggan Sari Roti.....	101
4.1.1	Profil Perusahaan PT Nippon Indosari Corpindo Tbk .....	101
4.1.1.1	Tentang Sari Roti .....	102
4.1.1.2	Visi dan Misi Sari Roti .....	103
4.1.1.3	Identitas Perusahaan Sari Roti.....	104
4.1.1.4	Strategi <i>Food Quality</i> dan Citra Merek Sari Roti.....	104
4.1.2	Profil Pelanggan Sari Roti.....	107
4.1.2.1	Profil Pelanggan Berdasarkan Jenis Kelamin Dan Usia Berdasarkan Jenis Atau Varian Roti .....	107
4.1.2.2	Pendidikan Terakhir yang Ditempuh dan Uang Saku Perbulan Dikaitkan dengan Jenis atau Varian Roti .....	109
4.1.2.3	Pengalaman Lama Pengkonsumsi Sari Roti Berdasarkan Jenis atau Varian Roti.....	116
4.1.2.4	Alasan Memilih Sari Roti .....	117
4.1.2.5	Harapan Pelanggan Berdasarkan Jenis atau Varian Sari Roti.....	119
4.1.2.6	Merek Roti yang Sering Dikonsumsi Sain merek Sari Roti Berdasarkan Mini Market .....	120
4.2	Tanggapan Pelanggan Sari Roti terhadap <i>Food Quality</i> .....	122
4.2.1	Dimensi Warna.....	124
4.2.2	Dimensi Penampilan Kemasan .....	125
4.2.3	Dimensi Porsi .....	127
4.2.4	Dimensi Bentuk.....	129
4.2.5	Dimensi Tekstur .....	130
4.2.6	Dimensi Rasa .....	131
4.2.7	Rekapitulasi Dimensi <i>Food Quality</i> .....	133
4.3	Tanggapan Pelanggan Sari Roti terhadap Citra Merek.....	134
4.3.1	Dimensi Pengenalan.....	136
4.3.2	Dimensi Reputasi .....	137
4.3.3	Dimensi Daya Tarik .....	138
4.3.4	Dimensi Loyalitas Merek.....	140
4.3.5	Rekapitulasi Dimensi Citra Merek.....	141
4.4	Tanggapan Pelanggan Sari Roti terhadap Kepuasan Pelanggan.....	142

4.4.1 Dimensi Kualitas Produk .....	144
4.4.2 Dimensi Faktor Emosional.....	146
4.4.3 Dimensi Harga .....	147
4.4.4 Dimensi Kemudahan.....	148
4.4.5 Rekapitulasi Dimesi Kepuasan Pelanggan.....	150
4.5 Pengaruh <i>Food Quality</i> dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan.....	151
4.5.1 Hasil Pengujian Keseluruhan (Simultan).....	151
4.5.2 Hasil Pengujian Model Secara Parsial .....	152
4.5.3 Pengaruh Variabel Lain (Epsilon).....	155
4.6 Implikasi Hasil Penelitian .....	156
4.6.1 Temuan Penelitian Bersifat Teoritis .....	156
4.6.2 Temuan Penelitian Bersifat Empiris .....	158
4.7 Implikasi Hasil Penelitian <i>Food Quality</i> dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan .....	160
 <b>BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI</b>	
5.1 Kesimpulan .....	166
5.2 Rekomendasi.....	167
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>170</b>
<b>LAMPIRAN</b>	