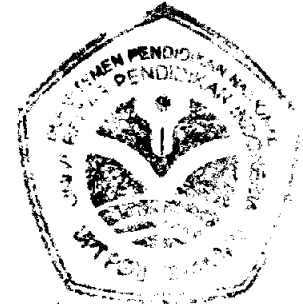


**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
MINYAK GORENG FILMA**
(Survei pada Pelanggan Minyak Goreng Filma di Kelurahan Padasuka
Kecamatan Cimahi Tengah)



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Menempuh Ujian Sidang Sarjana Pendidikan
Program Pendidikan Tata Niaga
Jurusan Pendidikan Ekonomi



Oleh

FEMI RIDAFENTI

034126

**FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
2008**

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN MINYAK GORENG FILMA
(Survei Pada Pelanggan Minyak Goreng Filma di Kelurahan Padasuka
Kecamatan Cimahi Tengah)

Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing I

DR. H. Agus Rahayu, M. Si.

NIP. 131 664 382

Pembimbing II

Hj. Sumivati, SE., M.Si.

NIP. 131 662 489

Mengetahui

Ketua Jurusan
Pendidikan Ekonomi
FPIPS Universitas Pendidikan Indonesia

DR. H. Edi Suryadi, M. Si.

NIP. 131 626 694

Ketua Program
Studi Pendidikan Tata Niaga/
Manajemen Bisnis

DR. Katih Hurriyati, M.Si

NIP. 132 044 284

Tanggung Jawab Yuridis Ada Pada Penulis

Femi Ridafenti

NIM. 034126

Skripsi ini diuji pada:

Hari/Tanggal : 30 Januari 2008
Waktu : 08.00 s.d selesai
Tempat : Lab. Tata Niaga/Manajemen Bisnis Gedung Garnadi
Prawirosudirdjo FPIPS Universitas Pendidikan Indonesia

Panitia ujian terdiri dari :

1. Ketua : Prof. Dr. H. Suwarma Al Muchtar, SH., M.Pd
2. Sekretaris : Dr. H. Edi Suryadi, M. Si
3. Anggota : Dr. H. Aim Abdulkarim, M.Pd (Pembantu Dekan I)
Dr. Ratih Hurriyati, M.Si (Ketua Program)
4. Penguji I : Dr. H. Edi Suryadi, M. Si
5. Penguji II : Rozmita Dewi Yuniarti, S.Pd.,M.Si
6. Penguji III : Drs. Bambang Widjajanta

Saat kau lelah dan tak berdaya karena usaha yang gagal,

Allah tahu betapa gigih engkau telah berusaha

Ketika sekian lama engkau menangis dan batinmu menderita,

Allah telah menghitung tangismu

Saat kau rasa hidupmu tak menentu dan waktu terus meninggalkanmu,

Allah menunggu bersamamu

Ketika kau kesepian dan kawanmu terlalu sibuk meski hanya untuk menelefon,

Allah berada di sisi mu

Saat kau telah mencoba segala sesuatu dan tak tahu harus berbuat apa lagi,

Allah memiliki jalan keluarnya

Ketika semuanya tak masuk akal dan engkau merasa bingung atau frustrasi,

Allah memiliki jalan keluarnya

Saat tiba-tiba hidupmu lebih cerah dan kau temukan secercah harapan,

Allah telah berbisik kepadamu

Ketika semuanya berjalan lancar dan banyak yang harus kau syukuri,

Allah telah memberkahimu

Saat kegembiraan datang dan engkau merasa terpesona,

Allah tersenyum kepadamu

Ketika kau punya cita-cita dan mimpi untuk diwujudkan,

Allah telah membuka matamu dan memanggil namamu

Ingatlah dimanapun engkau dan apapun yang kau hadapi

Allah mengetahui

*“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan) kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan yang lain) dan hanya Tuhanmulah hendaknya kamu berharap”
(QS Al-Insyirah: 5-8)*

*Kupersembahkan karya kecil ini untuk
Papah – Mamah*



ABSTRAK

Femi Ridafenti (034126), Pendidikan Tata Niaga, Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Minyak Goreng Filma (Survei Pada Pelanggan Minyak Goreng Filma di Kelurahan Padasuka Kecamatan Cimahi Tengah).

Persaingan industri minyak goreng di Indonesia tidak lagi terbatas pada kualitas produk, melainkan sudah dikaitkan dengan harga yang mampu memberikan kepuasan bagi para pemakainya. Hal tersebut menimbulkan persaingan dalam industri minyak goreng, khususnya persaingan pada minyak goreng bermerek yang beredar di pasaran yang berdampak pada sikap loyalitas pelanggan terutama terhadap minyak goreng merek Filma. Hal ini disebabkan karena banyaknya pilihan minyak goreng bermerek lain yang beredar di pasaran dan persepsi konsumen yang memandang minyak goreng Filma lebih mahal dibandingkan dengan merek lain sehingga mengurangi loyalitas pelanggan terhadap minyak goreng tersebut. Upaya yang dapat dilakukan perusahaan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan minyak goreng Filma adalah dengan memperbaiki kualitas produk dan menyesuaikan harga sesuai dengan kualitas yang diberikan minyak goreng Filma, sehingga mampu meningkatkan daya saing produk tersebut di pasar konsumen sasaran.

Berdasarkan uraian di atas, maka diadakan penelitian mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan minyak goreng dengan menggunakan pendekatan manajemen pemasaran khususnya mengenai kualitas produk, harga dan loyalitas pelanggan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan minyak goreng Filma.

Penelitian ini yaitu penelitian *deskriptif* dan *verifikatif* yang dilakukan melalui pengumpulan data di lapangan, maka metode penelitian yang digunakan adalah metode *deskriptif survey* dan metode *explanatory survey*. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder yang dikumpulkan melalui observasi, wawancara, angket, dan studi kepustakaan. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan minyak goreng Filma di Kelurahan Padasuka Kecamatan Cimahi Tengah. Teknik sampling yang digunakan adalah *simple random sampling*. Untuk mengukur besarnya pengaruh ketiga variabel tersebut digunakan Teknik Analisis Jalur (*Path Analysis*).

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis 1, kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil pengujian hipotesis 2, menunjukkan bahwa harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Selanjutnya, pada hipotesis 3 juga menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan kualitas produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan hasil pengujian tersebut maka disimpulkan bahwa secara keseluruhan nilai perhitungan yang diperoleh melalui analisis jalur lebih besar dibandingkan dengan nilai yang terdapat pada tabel. Artinya secara keseluruhan terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan. Rekomendasi yang diberikan terhadap kualitas produk dan harga adalah Minyak Goreng Filma harus menawarkan harga yang sesuai dengan kualitas produk yang diberikan untuk meningkatkan kepuasan yang membuat pelanggan menjadi loyal.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Allah SWT, karena berkat segala kebaikan, ridha, dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, meskipun dengan sangat sederhana. Shalawat dan salam senantiasa tercurah pada junjungan kita, Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabatnya.

Skripsi yang berjudul **Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Minyak Goreng Filma** disusun dengan tujuan untuk memenuhi salah satu syarat menempuh ujian sidang sarjana pendidikan pada Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Pendidikan Indonesia.

Akhir kata, dengan segala kerendahan hati, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Untuk itu, segala kritik dan masukan serta saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan untuk perbaikan di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan masyarakat pada umumnya yang berkepentingan dengan skripsi ini, Amin.

Bandung, Februari 2008

Femi Ridafenti

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan Syukur penulis panjatkan kehadirat Illahi Robbi yang telah memberikan nikmat sehat dan nikmat iman sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian, karena penelitian ini tidak akan terwujud tanpa pertolongan-Nya. Pada kesempatan ini penulis juga mengucapkan terima kasih yang sangat dalam dan penghargaan setinggi-tingginya kepada pihak-pihak yang membantu penyelesaian skripsi ini khususnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Sunaryo Kartadinata, M.Pd. selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia.
2. Bapak Prof. Dr. H. Suwarma Al Muchtar, SH, M.Pd. selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Pendidikan Indonesia.
3. Bapak Dr. H. Edi Suryadi, M.Si. selaku Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi FPIPS Universitas Pendidikan Indonesia.
4. Ibu Dr. Ratih Hurriyati, M.Si. selaku Ketua Program Studi Pendidikan Tata Niaga Jurusan Pendidikan Ekonomi FPIPS Universitas Pendidikan Indonesia
5. Bapak Drs. H. Hari Mulyadi M.Si selaku Ketua Tim Pengembangan Penulisan Skripsi.
6. Bapak Dr. H. Agus Rahayu M.Si. selaku Pembimbing I, yang telah memberikan pengalaman yang berharga bagi penulis dan senantiasa membimbing serta dengan kesabaran dan ketelitian serta meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran di tengah kesibukan beliau sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

7. Ibu Hj. Sumiyati, SE.,M.Si. selaku Pembimbing II telah membimbing serta memberikan pengarahan, kemudahan, dan kelancaran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Bapak Lili Adi Wibowo, S.Sos., S.Pd., MM. selaku sekretaris Tim Pengembangan Penulisan Skripsi yang telah berbaik hati membimbing penulis selama pembuatan proposal skripsi.
9. Segenap Dosen dan Staf Program Studi Pendidikan Tata Niaga yang telah memberikan bimbingan dan bantuan bagi penulis dalam menyelesaikan studi di Universitas Pendidikan Indonesia.
10. Yang tercinta Mama Ida dan Bapak Slamet, yang telah memberikan doa dan dorongan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
11. Yang terkasih Irdoni Ariyadi yang telah memberikan semangat, bimbingan dan perhatian kepada penulis selama penyelesaian skripsi ini. Semua itu menjadi kekuatan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Sahabat-sahabat setiaku, Rika, Fitri, vivi, Fitria, atas dukungan, kebersamaan, dan persahabatan selama perkuliahan. Semoga persahabatan ini tidak akan berakhir.
13. Rekan-rekan kerjaku, Teh Reza, Teh Rosa, Teh Fitri, Teh Alit, Mba Mimi, Mba Iyan yang selalu mendorong dan memberikan semangat dalam penyelesaian skripsi ini.
14. Kakakku Dicky dan adiku Herna. Atas dukungannya baik moril maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

15. Sahabat setiakku, Tata yang tak pernah lelah untuk selalu membantu dan mendukung penyelesaian skripsi ini.

16. Rekan-rekan Tata Niaga angkatan 2003 atas kebersamaan selama kuliah dengan segala situasi dan kondisi yang telah kita lalui bersama. Semoga di masa depan kita bisa mengaplikasikan ilmu yang telah kita peroleh.

Akhirnya, sembah bakti penulis sampaikan pada bapak dan ibu tercinta Slamet Priatna dan Ida Widaningsih yang tidak pernah berhenti memberikan kasih sayang, perhatian, motivasi, dan doa yang selalu mengiringi penulis. Terimalah persembahan bakti, buah dari menuntut ilmu untuk mendapatkan ridho-Nya. Ridho Allah adalah ridho dari bapak dan ibu. Selain itu penulis ucapkan terima kasih pada kakak dan adik tercinta Dicky Harisanto dan Herna Megawati yang selalu memberikan semangat kepada penulis, seluruh keluarga besar Djoko Mulyono dan Ambarwati yang senantiasa memberikan doa pada penulis. Hanya Allah SWT yang akan membalas semua kebaikan pihak-pihak yang telah membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

Bandung, Januari 2008

Femi Ridafenti



DAFTAR ISI

ABSTRAK	
KATA PENGANTAR	ii
UCAPAN TERIMA KASIH	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah.....	12
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	12
1.2.2 Rumusan Masalah.....	14
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	14
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	14
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	15
1.4 Kerangka Pemikiran.....	16
1.5 Hipotesis.....	26
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	27
2.1 Bauran Pemasaran.....	27
2.1.1 Unsur-Unsur Bauran Pemasaran.....	27
2.2 Produk.....	30
2.2.1 Tingkatan/Level Produk.....	32
2.2.2 Klasifikasi produk.....	35
2.2.3 Hierarki Produk.....	37
2.2.4 Bauran Produk.....	38
2.3 Kualitas Produk.....	39
2.3.1 Pengertian Kualitas Produk.....	39
2.3.2 Perspektif Terhadap Kualitas.....	42
2.3.3 Dimensi Kualitas Produk.....	44

2.3.4	Pengendalian Kualitas Produk.....	45
2.3.5	Strategi Kualitas Produk.....	47
2.3.6	Manfaat Kualitas Produk.....	48
2.4	Harga.....	49
2.4.1	Pengertian Harga.....	49
2.4.2	Peranan Harga.....	51
2.4.3	Dimensi Strategi Harga.....	53
2.4.4	Harga Berdasarkan Pandangan Konsumen.....	55
2.5	Loyalitas Pelanggan.....	57
2.5.1	Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	58
2.5.2	Perspektif Loyalitas.....	60
2.5.3	Karakteristik Pelanggan yang Loyal.....	63
2.5.4	Jenis-Jenis Loyalitas Pelanggan.....	64
2.5.5	Tahapan Pertumbuhan Loyalitas Pelanggan.....	65
2.5.6	Metode Pengukuran Loyalitas Pelanggan.....	70
2.6	Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Minyak Goreng Filma.....	71
BAB III	OBJEK DAN METODE PENELITIAN.....	75
3.1	Objek Penelitian.....	76
3.2	Metode Penelitian.....	76
3.2.1	Jenis Penelitian dan Metode Yang Digunakan.....	76
3.2.1.1	Jenis Penelitian.....	76
3.2.1.2	Metode Penelitian.....	76
3.2.2	Operasionalisasi Variabel.....	77
3.2.3	Jenis dan Sumber Data.....	81
3.2.4	Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	82
3.2.4.1	Populasi.....	82
3.2.4.2	Sampel.....	83
3.2.4.3	Teknik Sampling.....	86
3.2.5	Teknik Pengumpulan Data.....	88
3.2.6	Skala Pengukuran Variabel.....	89

3.2.7	Validitas dan Reliabilitas.....	90
3.2.7.1	Validitas.....	90
3.2.7.2	Reliabilitas.....	92
3.2.7.3	Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	94
3.2.8	Teknik Analisa Data.....	97
3.2.9	Rancangan Pengujian Hipotesis.....	111
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	112
4.1	Profil PT. Sinar Mas <i>Agro Resources and Technology.Tbk</i>	112
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan PT. Sinar Mas <i>Agro Resources and Technology.Tbk</i>	112
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan PT. SMART.Tbk.....	113
4.1.3	Bagian Dari Nilai Perusahaan.....	113
4.1.4	Sejarah Perkembangan Perusahaan.....	114
4.1.5	Minyak Goreng Filma.....	117
4.2	Karakteristik dan Pengalaman Responden	119
4.2.1	Karakteristik Responden.....	119
4.2.2	Pengalaman Responden.....	124
4.3	Gambaran Variabel Penelitian.....	132
4.3.1	Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk Minyak Goreng Filma.....	132
4.3.2	Tanggapan Responden Terhadap Harga Minyak Goreng Filma.....	155
4.3.3	Loyalitas Pelanggan Minyak Goreng Filma.....	158
4.4	Hasil Pengujian dan Pembahasan Hipotesis.....	166
4.4.1	Pengujian dan Pembahasan Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas.....	166
4.4.2	Pengujian dan Pembahasan Pengaruh Harga terhadap Loyalitas.....	178
4.4.3	Pengujian dan Pembahasan Pengaruh Kualitas	

Produk dan Harga terhadap Loyalitas.....	181
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....	187
5.1 Kesimpulan.....	187
5.2 Rekomendasi.....	189
DAFTAR PUSTAKA.....	191
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	192

DAFTAR TABEL

TABEL 1.1	Perusahaan Minyak Goreng Bermerek Di Indonesia Berbanan Baku CPO.....	3
TABEL 1.2	Pangsa Pasar Minyak Goreng Bermerek.....	4
TABEL 1.3	Nilai Loyalitas Kategori Minyak Goreng Bermerek tahun 2005-2006.....	5
TABEL 1.4	Kepuasan Pelanggan Produk Minyak Goreng.....	6
TABEL 1.5	Pertimbangan Konsumen dalam Memilih Minyak Goreng Bermerek.....	7
TABEL 1.6	Pilihan Utama Minyak Goreng Bermerek.....	8
TEBEL 1.7	Daftar Harga Minyak Goreng Bermerek.....	10
TABEL 1.8	Konsumen pengguna Minyak Goreng.....	11
TABEL 2.1	Definisi Loyalitas Pelanggan.....	58
TABEL 2.2	Jenis-Jenis Loyalitas.....	65
TABEL 3.1	Operasionalisasi Variabel.....	78
TABEL 3.2	Jenis dan Sumber Data.....	82
TABEL 3.3	Penyebaran Proporsi Sampel Pada Setiap RT Penelitian.....	87
TABEL 3.4	Pernyataan Skala Likert.....	90
TABEL 3.5	Klasifikasi Pengujian Hubungan	92
TABEL 3.6	Hasil Pengujian Validitas Kualitas Produk.....	95
TABEL 3.7	Hasil Pengujian Validitas Harga.....	96
TABEL 3.8	Hasil Pengujian Validitas Loyalitas.....	96
TABEL 3.9	Hasil Pengujian Reliabilitas.....	97
TABEL 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	119
TABEL 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	121
TABEL 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	122
TABEL 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Merek Lain Yang Pernah Dikonsumsi.....	123
TABEL 4.5	Pengalaman Responden Berdasarkan Sumber Informasi Minyak Goreng Filma.....	125

TABEL 4.6	Pengalaman Responden Berdasarkan Kemasan Minyak Goreng Yang Sering Digunakan.....	126
TABEL 4.7	Pengalaman Responden Berdasarkan Jangka Waktu Menggunakan Minyak Goreng Filma.....	128
TABEL 4.8	Pengalaman Responden Berdasarkan Tempat Pembelian Minyak Goreng Filma.....	129
TABEL 4.9	Pengalaman Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Minyak Goreng Filma Dalam 1 Bulan.....	131
TABEL 4.10	Tanggapan Responden Terhadap <i>Performance</i> Minyak Goreng Filma.....	133
TABEL 4.11	Skor Ideal Dimensi <i>Performance</i>	134
TABEL 4.12	Tanggapan Responden Terhadap <i>Reliability</i> Minyak Goreng Filma.....	136
TABEL 4.13	Skor Ideal Dimensi <i>Reliability</i>	136
TABEL 4.14	Tanggapan Responden Terhadap <i>Feature</i> Minyak Goreng Filma.....	138
TABEL 4.15	Skor Ideal Dimensi <i>Feature</i>	139
TABEL 4.16	Tanggapan Responden Terhadap <i>Conformance</i> Minyak Goreng Filma.....	141
TABEL 4.17	Skor Ideal Dimensi <i>Conformance</i>	142
TABEL 4.18	Tanggapan Responden Terhadap <i>Durability</i> Minyak Goreng Filma.....	144
TABEL 4.19	Skor Ideal Dimensi <i>Durability</i>	145
TABEL 4.20	Tanggapan Responden Terhadap <i>Aesthetics</i> Minyak Goreng Filma.....	147
TABEL 4.21	Skor Ideal Dimensi <i>Aesthetics</i>	147
TABEL 4.22	Tanggapan Responden Terhadap <i>Perceived Quality</i> Minyak Goreng Filma.....	150
TABEL 4.23	Skor Ideal Dimensi <i>Perceived Quality</i>	150
TABEL 4.24	Gambaran Kualitas Produk Minyak Goreng Filma.....	153

TABEL 4.25	Tanggapan Responden Terhadap Harga Minyak Goreng Filma.....	156
TABEL 4.26	Skor Ideal Harga.....	156
TABEL 4.27	Pembelian Ulang Pada Minyak Goreng Filma.....	159
TABEL 4.28	Penolakan Terhadap Produk Pesaing.....	160
TABEL 4.29	Penciptaan Prosfek Minyak Goreng.....	161
TABEL 4.30	Pembelian Diluar Lini Produk Minyak Goreng Filma.....	162
TABEL 4.31	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Terhadap Loyalitas Pelanggan Minyak Goreng Filma.....	163
TABEL 4.32	Skor Ideal Dimensi Lotalitas Pelanggan.....	163
TABEL 4.33	Matriks Korelasi Antara Dimensi Kualitas Produk Dengan Loyalitas Pelanggan.....	167
TABEL 4.34	Hasil Pengujian Koefisien Jalur.....	168
TABEL 4.35	Pengaruh Langsung dari Tidak Langsung Dari Kualitas Produk Dimensi <i>Performance</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan..	170
TABEL 4.36	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Dari Kualitas Produk Dimensi <i>Reliability</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	172
TABEL 4.37	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Dari Kualitas Produk Dimensi <i>Feature</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	173
TABEL 4.38	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Dari Kualitas Produk Dimensi <i>Conformance</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	174
TABEL 4.39	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Dari Kualitas Produk Dimensi <i>Durability</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	176
TABEL 4.40	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Dari Kualitas Produk Dimensi <i>Aesthetics</i> terhadap Loyalitas Pelanggan.....	177
TABEL 4.41	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Dari Kualitas Produk Dimensi <i>Perceived Quality</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	178

TABEL 4.42	Hasil Pengujian Pengaruh Kualitas Produk Dimensi Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	179
TABEL 4.43	Matriks Korelasi Harga Dengan Loyalitas Pelanggan.....	180
TABEL 4.44	Hasil Pengujian Pengaruh Koefisien Jalur	181
TABEL 4.45	Pengaruh Langsung Dari Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	182
TABEL 4.46	Hasil Pengujian Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	182
TABEL 4.47	Matriks Korelasi Kualitas Produk Dengan Harga Dengan Loyalitas Pelanggan.....	183
TABEL 4.48	Hasil Pengujian Pengaruh Koefisien Jalur	184
TABEL 4.49	Hasil Pengujian Pengaruh Kualitas Dengan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	185

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1.1	Komponen Tawaran Pemasaran.....	20
GAMBAR 1.2	Kerangka Pemikiran.....	24
GAMBAR 1.3	Paradigma Penelitian.....	25
GAMBAR 2.1	<i>The Four Marketing Mix Logistic</i>	29
GAMBAR 2.2	Pengertian Produk.....	32
GAMBAR 2.3	Tiga Tingkatan Produk.....	33
GAMBAR 2.4	Lima Tingkatan Produk.....	35
GAMBAR 2.5	Hal yang Mempengaruhi <i>Customer Loyalty</i>	62
GAMBAR 2.6	<i>The Loyalty Pyramid</i>	67
GAMBAR 3.1	Pembagian Sampel Pelanggan Minyak Goreng Filma di Kelurahan Padasuka Kecamatan Cimahi Tengah.....	87
GAMBAR 3.2	Struktur hubungan kausal antara Kualitas Produk dan Harga.....	100
GAMBAR 3.3	Diagram Jalur Hipotesis I.....	101
GAMBAR 3.4	Diagram Jalur Sub Struktur Hipotesis I.....	102
GAMBAR 3.5	Diagram Jalur Hipotesis II.....	107
GAMBAR 3.6	Diagram Jalur Hipotesis III.....	108
GAMBAR 3.7	Diagram Jalur Sub Struktur Hipotesis II.....	108
GAMBAR 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	120
GAMBAR 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	121
GAMBAR 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	123
GAMBAR 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Merek Lain Yang Pernah Dikonsumsi.....	124
GAMBAR 4.5	Pengalaman Responden Berdasarkan Sumber Informasi Minyak Goreng Filma.....	126
GAMBAR 4.6	Pengalaman Responden Berdasarkan Kemasan Minyak Goreng Yang Sering Digunakan.....	127
GAMBAR 4.7	Pengalaman Responden Berdasarkan Jangka Waktu Menggunakan Minyak Goreng Filma.....	129

GAMBAR 4.8	Pengalaman Responden Berdasarkan Tempat Pembelian Minyak Goreng Filma.....	130
GAMBAR 4.9	Pengalaman Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Minyak Goreng Filma Dalam 1 Bulan.....	132
GAMBAR 4.10	Tanggapan Responden Terhadap <i>Performance</i> Minyak Goreng Filma.....	134
GAMBAR 4.11	Tanggapan Responden Terhadap <i>Reliability</i> Minyak Goreng Filma.....	137
GAMBAR 4.12	Tanggapan Responden Terhadap <i>Feature</i> Minyak Goreng Filma.....	139
GAMBAR 4.13	Tanggapan Responden Terhadap <i>Conformance</i> Minyak Goreng Filma.....	142
GAMBAR 4.14	Tanggapan Responden Terhadap <i>Durability</i> Minyak Goreng Filma.....	145
GAMBAR 4.15	Tanggapan Responden Terhadap <i>Aesthetics</i> Minyak Goreng Filma.....	148
GAMBAR 4.16	Tanggapan Responden Terhadap <i>Perceived Quality</i> Minyak Goreng Filma.....	151
GAMBAR 4.17	Tanggapan Responden Terhadap Harga Minyak Goreng Filma.....	157
GAMBAR 4.18	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Terhadap Loyalitas Pelanggan Minyak Goreng Filma.....	164
GAMBAR 4.19	Tingkatan Loyalitas Pelanggan Minyak Goreng Filma.....	165
GAMBAR 4.20	Diagram Jalur Pengujian Hipotesis 1.....	169
GAMBAR 4.21	Diagram Jalur Pengujian Hipotesis 2.....	181
GAMBAR 4.22	Diagram Jalur Pengujian Hipotesis 3.....	185
GAMBAR 4.23	Diagram Jalur Pengujian Hipotesis 3.....	186

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	Kuesioner Penelitian.....	195
LAMPIRAN 2	Daftar Riwayat Hidup.....	199
LAMPIRAN 3	Koding Data Karakteristik Individu dan Pengalaman Responden.....	200
	3.1 Koding Data Karakteristik Individu.....	200
	3.2 Koding Data Pengalaman Responden.....	201
LAMPIRAN 4	Koding Data Variabel Penelitian.....	202
	4.1 Koding Data Ordinal Kualitas Produk.....	202
	4.2 Koding Data Ordinal Harga.....	205
	4.3 Koding Data Ordinal Loyalitas Pelanggan.....	207
	4.4 Koding Data Interval Kualitas Produk.....	209
	4.5 Koding Data Interval Harga.....	212
	4.6 Koding Data Interval Loyalitas Pelanggan.....	214
LAMPIRAN 5	Perhitungan Validitas dan Reliabilitas.....	216
	5.1 Perhitungan Validitas dan Reliabilitas Kualitas Produk.....	216
	5.2 Perhitungan Validitas dan Reliabilitas Harga.....	219
	5.3 Perhitungan Validitas dan Reliabilitas Loyalitas Pelanggan.....	220
LAMPIRAN 6	Hasil Perhitungan Validitas dan Reliabilitas.....	221
	6.1 Hasil Perhitungan Validitas Kualitas Produk.....	221
	6.2 Hasil Perhitungan Validitas Harga.....	222
	6.3 Hasil Perhitungan Validitas Loyalitas Pelanggan.....	222
	6.4 Hasil Perhitungan Reliabilitas.....	222
LAMPIRAN 7	Perhitungan Manual Validitas dan Reliabilitas.....	223
	7.1 Perhitungan Manual Validitas.....	223
	7.2 Perhitungan Manual Reliabilitas.....	225
LAMPIRAN 8	Perhitungan Hipotesis.....	227
	8.1 Perhitungan Hipotesis I.....	227

	8.2 Perhitungan Hipotesis 2.....	230
	8.3 Perhitungan Hipotesis 3.....	232
LAMPIRAN 9	Data Interpolasi.....	234
LAMPIRAN 10	Tabel Daftar Nilai T tabel.....	235
LAMPIRAN 11	Tabel Nilai-Nilai Dalam Distribusi t.....	237
LAMPIRAN 12	Tabel Nilai-Nilai r <i>Product Moment</i>	238
LAMPIRAN 13	Tabel Distribusi F Sendecor.....	239



DAFTAR PUSTAKA

- Buchari Alma, (2004), **Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa**, Bandung, Alfabeta.
- _____, (2004), **Kewirausahaan Edisi Revisi**, Bandung, Alfabeta.
- _____, (2007), **Manajemen Bisnis Berbasis Hasil Penelitian**, Bandung, Alfabeta.
- Bilson Simamora, (2003), **Panduan Riset Perilaku Konsumen**, Jakarta, PT Gramedia Pustaka Umum.
- Cravens W. David, (2000), **Pemasaran Strategis (Jilid 2)**, Jakarta, Erlangga.
- Darmadi Durianto, (2001), **Strategi Menaklukan Pasar**, Jakarta, Gramedia
- David A.Aaker, (1997), **Manajemen Ekuitas Merek**, Alih Bahasa: Aris Ananda, Jakarta, Spektrum
- Djaslim Saladin, (2001), **Intisari Pemasaran dan Unsur-Unsur Pemasaran**, Bandung, Linda Karya
- Fandy Tjiptono, (2002), **Strategi Pemasaran**, Yogyakarta, Andi
- _____, (1997), **Strategi Pemasaran Jilid II**, Yogyakarta, Andi
- Freddy Rangkuti, (2004), **The Power of Branding**, Jakarta, Gramedia
- Garvenzs, Vincent., (1997). **Membangun Tujuh Kebiasaan Kualitas dalam Praktek Bisnis Global**, Jakarta, Gramedia.
- Griffin, Jill, (2002) **Customer Loyalty How To Earn IT, How To Keep It**, Mc Graw hill, Kentucky
- Harun Al Rasyid, (1994), **Teknik Penarikan Sample dan Pengukuran Skala**, Bandung, Pasca Sarjana UNPAD
- Husein Umar, (2002), **Metode Penelitian Bisnis untuk Skripsi dan Tesis Bisnis**, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler & Amstrong, (2006), **Principles of Marketing**, New Jersey, Pearson International Edition
- _____, (2001), Terjemahan Benyamin Molan (2003), **Dasar-Dasar Pemasaran (Edisi Kesembilan Jilid 2)**, Jakarta, PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler & Keller, (2006), **Marketing Management**, New Jersey, Pearson International Edition

- Kotler, Philip, (2003), Terjemahan Benyamin Molan (2005), **Manajemen Pemasaran (Edisi Kesebelas Jilid 1)**, Jakarta, PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- _____, (2003), Terjemahan Benyamin Molan (2005), **Manajemen Pemasaran (Edisi Kesebelas Jilid 2)**, Jakarta, PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Malhotra, Naresh K, (2004), **Basic Marketing Research, Application to Kontemporari Issue, International Edition**, New Jersey, Pearson Edition
- Moh. Nasir, (2003), **Metode Penelitian**, Jakarta, Ghalia Indonesia.
- Ratih Hurriyati, (2005), **Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen**, Bandung, Alfabeta
- Suharsimi Arikunto, (2002), **Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek**, Jakarta, Rineka Cipta.
- Sugiyono, (2005), **Metode Penelitian Administratif**, Bandung, Alfabeta
- Sutisna, (2002), **Perilaku Konsumen**, Bandung, Rosda Karya
- William G. Zikmund (2003) **Customer Relationship Management (Integrating Marketing Strategy and information Technology)** USA, Wiley,
- Zeithaml, Valarie A. and Mary Jo Bitner, 2000, *Services Marketing*, Irwin Mc Graw-Hill Boston.
- Zulian Yamit, (2001), **Manajemen Kualitas Produk dan Jasa (Edisi Pertama)**, Yogyakarta, Kampus Fakultas Ekonosia UII

Majalah dan Website :

Majalah Swa No.15/XXI/XXI/21 Juli-3 Agustus 2005

Majalah SWA No. 06/XXII/23 Maret-5 April 2006

Majalah Swa No.15/XXII/27 Juli-9 Agustus 2006

Majalah Swa No.6/XXII/23 Maret-5 April 2006

Majalah Swa No. 03/XXIII/1-14 Februari 2007

<http://www.republika.co.id>

<http://indohalal.co.id>

<http://www.smart-tbk.com>

