



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah .....	7
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	7
1.2.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	9
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	9
1.3.2 Kegunaan Penelitian .....	10
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b> .....	11
2.1 Konsep Pemasaran .....	11
2.1.2 Produk .....	11
2.1.3 Tingkatan Produk dan Jasa.....	13
2.1.4 Keputusan Produk dan Jasa .....	14
2.1.4.1 Keputusan Produk dan Jasa Individu .....	15
2.1.4.2 Keputusan Lini Produk .....	15
2.1.4.3 Keputusan Bauran Produk .....	16
2.1.5 Atribut Produk .....	16
2.1.5.1 Definisi Atribut Produk .....	17
2.1.5.2 Komponen Atribut Produk .....	18
2.1.5.3 Kepercayaan Konsumen Tentang Atribut Produk .....	20
2.1.5.4 Pentingnya Atribut Produk .....	22
2.1.6 Merek .....	23
2.1.7 Pengemasan .....	24
2.1.8 Pelabelan .....	25
2.1.9 <i>Customer Service</i> .....	26
2.1.9.1 Definisi <i>Customer Service</i> .....	27
2.1.9.2 Atribut <i>Customer Service</i> .....	28



2.1.9.3 Strategi <i>Customer Service</i> .....	29
2.1.9.4 Faktor-Faktor Pelayanan Pelanggan.....	30

2.1.9.5 Tujuan <i>Customer Service</i> .....	33
2.2 Kepuasan Pelanggan .....	34
2.2.1 Definisi Kepuasan Pelanggan .....	34
2.2.2 Harapan dan Kepuasan Pelanggan .....	36
2.2.3 Pemicu Kepuasan Pelanggan .....	38
2.2.4 Metode Untuk Mengukur Kepuasan Pelanggan .....	40
2.2.5 Strategi Kepuasan Pelanggan .....	42
2.3 Loyalitas Pelanggan .....	43
2.3.1 Definisi Loyalitas Pelanggan .....	43
2.3.2 Perspektif Loyalitas.....	45
2.3.3 Karakteristik Pelanggan yang Loyal .....	47
2.3.4 Jenis-jenis Loyalitas .....	49
2.3.5 Tahapan Pertumbuhan Loyalitas Pelanggan .....	50
2.3.6 Metode Pengukuran Loyalitas Pelanggan.....	54
2.4 Pengaruh Atribut Produk dan <i>Customer Service</i> Terhadap Kepuasan serta dampaknya pada Loyalitas Pelanggan.....	55
2.5 Kerangka Pemikiran .....	59
2.6 Hipotesis .....	66
<b>BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN .....</b>	<b>67</b>
3.1 Objek Penelitian .....	67
3.2 Metode Penelitian .....	67
3.2.1 Jenis penelitian dan Metode yang digunakan .....	67
3.2.1.1 Jenis Penelitian .....	67
3.2.1.2 Metode Penelitian .....	68
3.2.2 Operasionalisasi Variabel .....	69
3.2.3 Jenis dan Sumber Data .....	74
3.2.4 Populasi , Sampel dan Teknik Sampling.....	75
3.2.4.1 Populasi .....	75
3.2.4.2 Sampel .....	75
3.2.4.3 Teknik Sampling .....	77
3.2.5 Tehnik Pengumpulan data .....	79
3.2.6 Validitas dan Reliabilitas .....	80



3.2.6.1.1 Hasil Pengujian Validitas.....	81
3.2.6.1.2 Hasil Pengujian Reliabilitas .....	84
3.2.7 Tehnik Analisis Data.....	85
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>106</b>
4.1 Profil Perusahaan .....	106
4.2 Karakteristik Responden.....	109
4.3 Pengalaman Responden.....	113
4.4 Gambaran Variabel Penelitian.....	126
4.4.1 Gambaran Atribut Produk.....	126
4.4.2 Gambaran <i>Customer Service</i> .....	134
4.5 Gambaran Variabel Kepuasan Pelanggan .....	137
4.5.1 Gambaran Kepuasan Pelanggan Terhadap Atribut Produk .....	138
4.6 Gambaran Kepuasan Pelanggan Terhadap <i>Customer Service</i>	144
4.7 Gambaran Tingkat Loyalitas Pelanggan .....	148
4.8 Hasil Pengujian dan Pembahasan Hipotesis .....	152
4.8.1 Pengujian dan Pembahasan Pengaruh Atribut Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	152
4.8.2 Pengujian dan Pembahasan Pengaruh <i>Customer Service</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	157
4.8.3 Pengujian dan Pembahasan Pengaruh Atribut Produk dan <i>Customer Service</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan ...	167
4.8.4 Pengujian dan Pembahasan Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	170
<b>BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI .....</b>	<b>179</b>
5.1 Kesimpulan.....	179
5.2 Rekomendasi .....	182
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>184</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN.....</b>	<b>185</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Pengertian Produk .....	13
Gambar 2.2	Tiga Tingkatan Produk Jasa .....	14
Gambar 2.3	Keputusan Produk dan Jasa Individu.....	15
Gambar 2.4	Kepercayaan Terhadap Objek, Atribut dan Manfaat .....	21
Gambar 2.5	Pentingnya Atribut Produk .....	22
Gambar 2.6	Rantai Laba Pelayanan .....	32
Gambar 2.7	Penyebab Utama Tidak Terpenuhinya Kepuasan Pelanggan.....	36
Gambar 2.8	Konsep Kepuasan Pelanggan .....	37
Gambar 2.10	Jenis-Jenis Loyalitas .....	50
Gambar 2.11	<i>The Loyalty Pyramid</i> .....	52
Gambar 2.12	Kerangka Pemikiran .....	64
Gambar 2.13	Paradigma Penelitian .....	65
Gambar 3.1	Struktur Hubungan Kausal antara X,Y dan Z.....	89
Gambar 3.2	Diagram Jalur Hipotesis I.....	90
Gambar 3.3	Gambar Jalur Sub Struktur Hipotesis I.....	90
Gambar 3.4	Diagram Jalur Hipotesis II.....	93
Gambar 3.5	Gambar Jalur Sub Struktur Hipotesis II.....	94
Gambar 3.6	Diagram Jalur Hipotesis III.....	99
Gambar 3.7	Gambar Jalur Sub Struktur Hipotesis III.....	99
Gambar 3.12	Diagram Jalur Hipotesis IV.....	101
Gambar 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	110
Gambar 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	111
Gambar 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan .....	112
Gambar 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kosmetik Revlon yang digunakan.....	114
Gambar 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Lipstik yang digunakan.....	115
Gambar 4.6	Pengalaman Responden berdasarkan sumber informasi produk....	116
Gambar 4.7	Pengalaman Responden berdasarkan besarnya anggaran untuk membeli kosmetik.....	118
Gambar 4.8	Pengalaman Responden Berdasarkan lamanya menggunakan lipstik Revlon.....	119
Gambar 4.9	Pengalaman Responden berdasarkan alasan membeli kosmetik lipstik Revlon berdasarkan tingkat kecocokan.....	120
Gambar 4.10	Pengalaman Responden berdasarkan alasan membeli kosmetik	

	lipstik Revlon berdasarkan harga.....	122
Gambar 4.11	Pengalaman Responden berdasarkan alasan membeli kosmetik lipstik Revlon berdasarkan banyaknya <i>variant</i> .....	123
Gambar 4.12	Pengalaman Responden berdasarkan alasan membeli kosmetik lipstik Revlon berdasarkan kualitas.....	124
Gambar 4.13	Pengalaman Responden berdasarkan alasan membeli kosmetik lipstik Revlon berdasarkan kemudahan mendapatkan.....	126
Gambar 4.14	Gambaran Kualitas Produk Kosmetik Lipstik Revlon.....	129
Gambar 4.15	Gambaran Fitur Produk Kosmetik Lipstik Revlon.....	131
Gambar 4.16	Gambaran Desain Produk Kosmetik Lipstik Revlon.....	132
Gambar 4.18	Gambaran <i>Customer Service</i> Kosmetik Lipstik Revlon.....	136
Gambar 4.20	Gambaran Kepuasan terhadap Kualitas Produk.....	139
Gambar 4.21	Gambaran Kepuasan terhadap Fitur Produk.....	141
Gambar 4.22	Gambaran Kepuasan terhadap Desain Produk.....	143
Gambar 4.24	Gambaran Kepuasan terhadap <i>Customer Service</i> kosmetik Lipstik Revlon.....	147
Gambar 4.26	Gambaran Tingkat Loyalitas Pelanggan kosmetik lipstik Revlon	151
Gambar 4.27	Pengaruh X1.1, X1.2 X1.3 dan Y.....	153
Gambar 4.28	Pengaruh X2.1, X2.2, X2.3, X2.4, X2.5, X2.6, X2.7.....	158
Gambar 4.29	Pengaruh X1, X2 dan Y.....	167
Gambar 4.30	Pengaruh Y1, Y2, dan Z.....	171
Gambar 4.31	Struktur Kausal antara X1, X2, Y dan Z.....	176

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	<i>Market Share</i> Industri-Industri di Indonesia.....	2
Tabel 1.2	<i>Market Share</i> Produk Lipstik.....	3
Tabel 1.3	Nilai Loyalitas Untuk Kategori Lipstik Tahun 2005-2006.....	4
Tabel1.4	Kepuasan Pelanggan Kosmetik Untuk Kategori Lipstik.....	5
Tabel 2.1	Definisi Atribut Produk.....	17
Tabel 2.2	Definisi <i>Customer service</i> .....	27
Tabel 2.3	Definisi Kepuasan Pelanggan.....	35
Tabel 2.4	Definisi Loyalitas Pelanggan.....	43
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel.....	71
Tabel 3.2	Jenis Dan Sumber Data.....	77



Tabel 3.3	Penyebaran Proporsi Sampel Pada Setiap Hari Datangnya Pengunjung...	80
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	119
Tabel 4.2	Karakteristik Responen Berdasarkan Pekerjaan.....	120
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	121
Tabel 4.4	Pengalaman Responden Berdasarkan Jenis Kosmetik Yang Digunakan	122
Tabel 4.5	Pengalaman Responden Berdasarkan Jenis Lipstik Yang Digunakan	123
Tabel 4.6	Pengalaman responden Berdasarkan Pengetahuan Responden Terhadap Produk .....	124
Tabel 4.7	Pengalaman Responden Berdasarkan Besarnya Anggaran Yang Dikeluarkan.....	125
Tabel 4.8	Pengalaman Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Lipstik.	126
Tabel 4.9	Pengalaman Responden Berdasarkan Alasan Membeli Lipstik Revlon Berdasarkan Tingkat Kecocokan.....	127
Tabel 4.10	Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Membeli Kosmetik Lipstik Revlon Berdasarkan Harga.....	128
Tabel 4.11	Pengalaman Responden Berdasarkan Alasan Membeli Kosmetik Lipstik Revlon Berdasarkan Banyaknya <i>Variant</i> .....	130
Tabel 4.12	Pengalaman Responden Berdasarkan Alasan membeli kosmetik Lipstik Revlon Berdasarkan Kualitas .....	131
Tabel 4.13	Pengalaman Responden Berdasarkan Alasan Membeli Kosmetik Lipstik Revlon Berdasarkan Kemudahan Mendapatkannya.....	132
Tabel 4.14	Gambaran Kualitas Produk Kosmetik Lipstik Revlon .....	134
Tabel 4.15	Gambaran Fitur Produk Kosmetik Lipstik Revlon .....	136
Tabel 4.16	Gambaran Desain Produk kosmetik Lipstik Revlon .....	137
Tabel 4.17	Gambaran Atribut Produk Kosmetik Lipstik Revlon .....	139
Tabel 4.18	Gambaran <i>Customer Service</i> kosmetik Lipstik Revlon.....	140
Tabel 4.19	Gambaran <i>Customer Service</i> Kosmetik Lipstik Revlon.....	142
Tabel 4.20	Gambaran Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Produk .....	143
Tabel 4.21	Gambaran Kepuasan Pelanggan Terhadap Fitur Produk.....	145
Tabel 4.22	Gambaran Kepuasan Planggan Terhadap Desain Produk.....	147
Tabel 4.23	Gambaran Kepuasan Pelanggan Terhadap Atribut Produk Kosmetik Lipstik Revlon.....	148
Tabel 4.24	Gambaran Kepuasan Pelanggan Terhadap <i>Customer Service</i> .....	149
Tabel 4.25	Gambaran Tingkat Loyalitas Pelanggan Kosmetik Lipstik Revlon .....	152
Tabel 4.26	Matriks Korelasi Antar Sub Variabel.....	155
Tabel 4.27	Hasil Pengujian Koefisien Jalur.....	156

Tabel 4.28	Pengaruh Langsung Dan Tidak Langsung Dari Kualitas Produk.....	156
Tabel 4.29	Pengaruh Langsung Dan Tidak Langsung dari Fitur Produk.....	157
Tabel 4.30	Pengaruh Langsung Dan Tidak Langsung Dari Desain Produk.....	157
Tabel 4.31	Hasil Pengujian Pengaruh Atribut Produk.....	158
Tabel 4.32	Matriks Korelasi Antar Sub Variabel.....	159
Tabel 4.33	Hasil Pengujian Koefisien Jalur.....	160
Tabel 4.34	Pengaruh Langsung Dan Tidak Langsung Dari <i>Caring</i> (Kepedulian).....	161
Tabel 4.35	Pengaruh Langsung Dan Tidak Langsung Dari <i>Observant</i> (Suka Memperhatikan).....	161
Tabel 4.36	Pengaruh Langsung Dan Tidak Langsung Dari <i>Maindful</i> (Hati-Hati).....	162
Tabel 4.37	Pengaruh Langsung Dan Tidak Langsung Dari <i>Friendly</i> (Ramah).....	163
Tabel 4.38	Langsung Dan Tidak Langsung Dari <i>Obliging</i> (Bersedia Membantu).....	164
Tabel 4.39	Pengaruh Langsung Dan Tidak Langsung Dari <i>Responsibility</i> (Bertanggung Jawab).....	164
Tabel 4.40	Pengaruh Langsung Dan Tidak Langsungdari <i>Tactful</i> (Kebijaksanaan)	165
Tabel 4.41	Hasil Pengujian Pengaruh <i>Customer Service</i> .....	166
Tabel 4.42	Matriks Korelasi Antar Variabel.....	167
Tabel 4.43	Hasil Pengujian Koefisien Jalur.....	167
Tabel 4.44	Pengaruh Langsung Dan Tidak Langsung Dari Atribut Produk.....	168
Tabel 4.45	Pengaruh Langsung Dan Tidak Langsung Dari <i>Customer Service</i> .....	168
Tabel 4.46	Hasil Pengujian Pengaruh Atribut Produk.....	169
Tabel 4.47	Matriks Korelasi Antar Variabel .....	170
Tabel 4.48	Hasil Pengujian Koefisien Jalur.....	170
Tabel 4.49	Pengaruh Langsung Dan Tidak Langsung Dari Kepuasan Pelanggan Untuk Atribut Produk.....	171
Tabel 4.50	Pengaruh Langsung Dan Tidak Langsung Dari <i>Customer Service</i> .....	171
Tabel 4.51	Hasil Pengujian Pengaruh Kepuasan Pelanggan.....	172
Tabel 4.52	Rekapitulasi Hasil Pengujian Hipotesis.....	173