

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>iii</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH .....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	13
1.3 Rumusan Masalah.....	15
1.4 Tujuan Penelitian.....	15
1.5 Kegunaan Penelitian .....	16
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS</b>	
2.1 Kajian Pustaka .....	18
2.1.1 Konsep Bauran Pemasaran .....	18
2.1.2 Produk.....	22

2.1.3 Kualitas Produk .....	30
2.1.3.1 Pengertian Kualitas Produk.....	30
2.1.3.2 Dimensi Kualitas Produk.....	34
2.1.4 Harga.....	39
2.1.4.1 Pengertian Harga .....	39
2.1.5 Persepsi Harga .....	44
2.1.5.1 Pengertian Persepsi Harga .....	44
2.1.5.2 Dimensi Persepsi Harga .....	45
2.1.6 Loyalitas Pelanggan .....	50
2.1.6.1 Definisi Loyalitas Pelanggan.....	50
2.1.6.2 Perspektif Loyalitas .....	51
2.1.6.3 Karakteristik Pelanggan yang Loyal .....	53
2.1.6.4 Jenis-jenis Loyalitas Pelanggan.....	55
2.1.6.5 Pentingnya Peningkatan Loyalitas Pelanggan .....	56
2.1.6.6 Tingkat Loyalitas Pelanggan .....	58
2.1.6.7 Metode Pengukuran Loyalitas Pelanggan .....	64
2.1.7 Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan .....	65
2.1.8 Orisinalitas Penelitian .....	69

2.2 Kerangka Pemikiran .....	72
2.3 Hipotesis.....	82

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

3.1 Objek Penelitian .....	84
3.2 Metode Penelitian.....	85
3.2.1 Jenis dan Metode yang Digunakan.....	85
3.2.2 Operasionalisasi Variabel .....	86
3.2.3 Jenis dan Sumber Data .....	89
3.2.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling.....	90
3.2.4.1 Populasi.....	90
3.2.4.2 Sampel .....	91
3.2.4.3 Teknik Sampling .....	93
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data.....	96
3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas .....	97
3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas.....	97
3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	101
3.3 Rancangan Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis .....	103
3.3.1 Teknik Analisis Data .....	103

3.3.1.1 Analisis Deskriptif.....	104
3.3.1.2 Analisis Verifikatif.....	105
3.3.1.3 Koefesien Diterminasi.....	109
3.3.2 Rancangan Pengujian Hipotesis.....	110

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Gambaran Umum Margarin .....	112
4.1.1 Profil Perusahaan Margarin.....	112
4.1.2 Identitas Perusahaan Margarin.....	117
4.1.3 Profil Pelanggan Margarin .....	127
4.1.3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	128
4.1.3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir..	129
4.1.3.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	131
4.1.3.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	132
4.1.4 Pengalaman Responden.....	134
4.1.4.1 Pengalaman Responden Berdasarkan Pemilihan Merek Margarin yang Digunakan .....	135
4.1.4.2 Pengalaman Responden Berdasarkan Alasan Memilih Margarin	136
4.1.4.3 Pengalaman Responden Berdasarkan Kemasan Margarin yang dipilih .....	138
4.1.4.4 Pengalaman Responden Berdasarkan Tempat Pembelian	140
4.1.4.5 Pengalaman Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	141
4.2 Gambaran Variabel Kualitas Produk, Persepsi Harga dan	

Loyalitas Pelanggan Margarin .....	143
4.2.1 Tanggapan Responden terhadap Kualitas Produk.....	143
4.2.1.1 <i>Raw Materials Quality</i> .....	143
4.2.1.2 <i>Sanitation</i> .....	148
4.2.1.3 <i>Knowledge and Experience</i> .....	153
4.2.2 Tanggapan Responden Terhadap Persepsi Harga Margarin.....	163
4.2.2.1 Persepsi Kualitas.....	163
4.2.2.2 Persepsi Biaya yang Dikeluarkan.....	167
4.2.3 Tanggapan Responden Terhadap Loyalitas Pelanggan Margarin .....	177
4.2.3.1 Pembelian Ulang ( <i>Repeat Purchase</i> ).....	177
4.2.3.2 Penolakan Terhadap Produk Pesaing ( <i>Immunity</i> )	180
4.2.3.3 Penciptaan Prospek/Menarik Pelanggan Baru ( <i>Refers Other</i> ).....	182
4.2.3.4 Pembelian Di Luar Lini Produk ( <i>Purchase across product or service         lines</i> ) .....	187
4.2.4 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan	192
4.2.5 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan	194
4.2.6 Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	196
4.3 Pengujian Hipotesis Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Margarin.....	201
4.3.1 Analisis Korelasi .....	202
4.3.2 Analisis Regresi Ganda .....	204
4.3.3 Koefisien Determinasi.....	207

4.5 Implikasi Penelitian Terhadap Pendidikan.....	208
---	-----

## **BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

5.1 Kesimpulan .....	213
----------------------	-----

5.2 Rekomendasi .....	215
-----------------------	-----

<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>217</b>
----------------------------	------------

## **LAMPIRAN**

