

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	i
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iii
MOTO DAN PERSEMBAHAN	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.5 Sistematika Penulisan.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Landasan Teori	14
2.1.1 Strategi Pemasaran	14
2.1.2 <i>Marketing Mix</i>	15
2.1.3 <i>Product</i>	17
2.1.4 <i>Price</i>	19
2.1.5 <i>Place</i>	21
2.1.6 <i>Promotion</i>	23
2.1.7 <i>Customer Satisfaction</i>	25
2.1.8 <i>Customer Loyalty</i>	26
2.2 Hubungan Antar Variabel	27
2.2.1 Hubungan antara <i>Product</i> dengan <i>Customer Satisfaction</i>	27
2.2.2 Hubungan antara <i>Price</i> dengan <i>Customer Satisfaction</i>	28
2.2.3 Hubungan antara <i>Place</i> dengan <i>Customer Satisfaction</i>	29
2.2.4 Hubungan antara <i>Promotion</i> dengan <i>Customer Satisfaction</i>	29

2.2.5	Hubungan antara <i>Customer Satisfaction</i> dengan <i>Customer Loyalty</i>	30
2.3	Penelitian Terdahulu	31
2.4	Kerangka Pemikiran Teoritis	36
2.5	Hipotesis Penelitian	36
BAB III METODE PENELITIAN		38
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	38
3.1.1	Variabel Penelitian	38
3.1.2	Definisi Operasional	39
3.2	Populasi dan Sampel	41
3.2.1	Populasi	41
3.2.2	Sampel	41
3.3	Jenis Data	42
3.3.1	Data Primer	42
3.3.2	Data Sekunder	42
3.4	Metode Pengumpulan Data	43
3.5	Metode Analisis Data	44
3.5.1	Analisis Deskriptif	44
3.5.2	Analisis Kuantitatif	45
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN		51
4.1.	Deskripsi Objek Penelitian	51
4.1.1	Deskripsi Umum Perusahaan	51
4.2.	Gambaran Umum Responden	52
4.3.	Analisis Data	55
4.3.1.	Uji <i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA)	55
4.3.2.	Analisis <i>Full Structural Equation Model</i> (SEM)	62
4.3.3.	Asumsi SEM	66
4.3.4.	Uji Pengaruh Langsung, Tidak Langsung, dan Total	74
4.3.5.	Analisis Deskriptif Jawaban Responden	76
4.4.	Pembahasan dan Uji Hipotesis	89
4.4.1	Uji Hipotesis	89
4.4.2	Pembahasan	91

BAB V PENUTUP.....	102
5.1. Kesimpulan.....	102
5.2. Implikasi Teoritis	105
5.3. Keterbatasan Penelitian	107
5.4. Implikasi Manajerial.....	108
5.5. Saran Penelitian Mendatang	113
DAFTAR PUSTAKA	114
LAMPIRAN.....	118

