

DAFTAR ISI

	Halaman
PENGESAHAN	i
PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Kegunaan Hasil Penelitian	7
1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 Tinjauan Pustaka.....	10
2.1.1 Pengertian Citra Merek.....	10
2.1.1.1 Definisi Citra	12
2.1.1.2 Definisi Merek.....	13
2.1.1.3 Bagian Dari Merek	14
2.1.1.4 Manfaat Merek	15

2.1.1.5 Dimensi Merek	16
2.1.1.6 Membangun Merek Yang Kuat	19
2.1.2 Pengertian Kualitas Produk	22
2.1.2.1 Definisi Kualitas	23
2.1.2.2 Definisi Produk.....	23
2.1.2.3 Dimensi Kualitas Produk	24
2.1.3 Pengertian Diferensiasi Produk.....	26
2.1.3.1 Jenis-Jenis Diferensiasi Produk.....	27
2.1.3.2 Tahap-Tahap Membangun Diferensiasi Produk.....	28
2.1.3.3 Ciri-Ciri Diferensiasi Produk	29
2.1.4 Kepuasan Pelanggan.....	32
2.1.4.1 Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	33
2.1.1.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan	36
2.2 Penelitian Terdahulu	38
2.3 Kerangka Pemikiran.....	41
2.4 Hipotesis.....	46

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian	47
3.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	47
3.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan	49
3.1.3 Aktifitas Perusahaan.....	51
3.2 Metode Penelitian	52
3.2.1 Operasionalisasi Variabel	52

3.2.2	Teknik Pengumpulan Data	55
3.2.2.1	Jenis Data.....	56
3.2.2.2	Populasi Sasaran	56
3.2.2.3	Populasi	57
3.2.2.4	Sampel.....	57
3.3	Model Penelitian.....	58
3.4	Teknik Analisis Data	59
3.4.1	Analisis Terhadap Kuisisioner	59
3.4.2	Uji Validitas Dan Reliabilitas	61
3.4.3	Metode <i>Succesive Interval</i>	62
3.4.4	Analisis Jalur (<i>path analysis</i>)	63
3.4.5	Pengujian Hipotesis	66

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1	Citra Merek di Toko Shasya Cake	69
4.2	Kualitas Produk di Toko Shasya Cake	74
4.3	Diferensiasi Produk di Toko Shasya Cake	80
4.4	Kepuasan Pelanggan di Toko Shasya Cake	85
4.5	Pengaruh Citra merek Kualitas produk dan diferensiasi produk terhadap Kepuasan pelanggan di Toko Shasya cake.....	90
4.5.1	Pengaruh langsung dan tidak langsung Citra Merek (X_1), terhadap Kepuasan pelanggan (Y)	92
4.5.2	Pengaruh langsung dan tidak langsung Kualitas produk (X_2), terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)	93
4.5.3	Pengaruh langsung dan tidak langsung Diferensiasi produk (X_3), terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)	94
4.5.4	Pengaruh Total variabel Citra Merek (X_1) Kualitas produk (X_2) dan Diferensiasi produk (X_3), terhadap Kepuasan pelanggan (Y)	95

4.6 Pengujian Hipotesis	96
SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan	100
5.2 Saran	101
DAFTAR PUSTAKA	103

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jadwal Penelitian	8
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	38
Tabel 3.1	Struktur Organisasi Perusahaan.....	50
Tabel 3.2	Operasional Variabel	53
Tabel 3.3	Nilai, Notasi Dan Predikat Pernyataan Positif	59
Tabel 3.4	Nilai, Notasi Dan Predikat Pernyataan Negatif.....	60
Tabel 3.5	Kriteria Indeks Koefisien Reliabilitas	61
Tabel 4.1	Klasifikasi Penilaian Untuk Setiap Indikator Variabel X_1	71
Tabel 4.2	Rekapitulasi Citra Merek	71
Tabel 4.3	Klasifikasi Penilaian Untuk Indikator Variabel X_1 Keseluruhan	74
Tabel 4.4	Klasifikasi Penilaian Untuk Setiap Indikator Variabel X_2	76
Tabel 4.5	Rekapitulasi Kualitas produk.....	76
Tabel 4.6	Klasifikasi Penilaian Untuk Indikator Variabel X_2 Keseluruhan	79
Tabel 4.7	Klasifikasi Penilaian Untuk Setiap Indikator Variabel X_3	81
Tabel 4.8	Rekapitulasi Diferensiasi produk	82
Tabel 4.9	Klasifikasi Penilaian Untuk Indikator Variabel X_3 Secara Keseluruhan	85
Tabel 4.10	Klasifikasi Penilaian Untuk Setiap Indikator Variabel Y	86
Tabel 4.11	Rekapitulasi Kepuasan Pelanggan	87
Tabel 4.12	Klasifikasi Penilaian Untuk Indikator Variabel Y Secara Keseluruhan	89
Tabel 4.13	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Antara Citra Merek (X_1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)	92

Tabel 4.14	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Antara Kualitas produk (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)	93
Tabel 4.15	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Antara Difrrensiasi produk (X_3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)	94
Tabel 4.16	Pengaruh Total variabel Citra Merek (X_1) Kualitas produk (X_2) dan Diferensiasi produk (X_3) terhadap Kepuasan pelanggan (Y)	95

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	Model Penelitian.....	58
Gambar 3.2	Diagram Jalur	64
Gambar 4.1	Hubungan Struktural antara Variabel X_1 , X_2 , X_3 Terhadap Y	90

DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Judul	Halaman
Lampiran 1	Kuisisioner	107
Lampiran 2	Hasil Tanggapan Konsumen.....	113
Lampiran 3	Uji Validitas dan Reliabilitas	121
Lampiran 4	Data Interval	128
Lampiran 5	Analisis Jalur	134