DAFTAR ISI

COVERi

PENGESAHANii

ABSTRAKiii

*ABSTRACT*iv

KATA PENGANTARv

DAFTAR ISIvii

DAFTAR tabelxii

DAFTAR gambarxiv

DAFTAR LAMPIRANxv

BAB I PENDAHULUAN1

A. Latar Belakang Masalah1

B. Identifikasi Masalah10

C. Batasan Masalah10

D. Batasan Penelitian11

E. Rumusan Masalah11

F. Tujuan Penelitian11

G. Manfaat Penelitian12

1. Manfaat Praktis12

2. Manfaat Akademis12

BAB II KAJIAN PUSTAKA13

A. Landasan Teoritis13

1. Pemasaran13

a. Definisi Pemasaran13

b. Konsep Pemasaran14

2. Produk15

a. Definisi Produk15

b. Konsep Produk16

c. Klasifikasi Produk16

d. Atribut Produk23

e. Bauran Produk24

3. Kualitas Produk25

a. Definisi Kualitas Produk25

b. Dimensi Kualitas Produk26

c. Kesimpulan28

4. Promosi28

a. Definisi Promosi28

b. Dimensi Promosi29

c. Kesimpulan31

5. Kepuasan Pelanggan31

a. Definisi Kepuasan Pelanggan31

b. Mengukur Kepuasan Pelanggan32

c. Dimensi Kepuasan Pelanggan33

c. Kesimpulan35

B. Penelitian Terdahulu36

1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan36

2. Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan37

C. Kerangka Pemikiran39

1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan39

2. Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan39

D. Hipotesis Penelitian40

BAB III METODE PENELITIAN41

A. Objek Penelitian41

B. Desain Penelitian41

1. Derajat Kristalisasi Pertanyaan Penelitian42

2. Metode Pengumpulan Data42

3. Kontrol Peneliti Terhadap Variabel43

4. Tujuan Studi43

5. Dimensi Waktu43

6. Cakupan Topik44

7. Lingkungan Penelitian44

8. Kesadaran Persepsi Partisipan44

C. Variabel Penelitian45

1. Variabel Bebas *(Independent Variables)*45

a. Variabel Kualitas Produk (X1)45

b. Variabel Promosi (X2)46

2. Variabel Terikat *(Dependent Variables)*47

a. Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)47

D. Teknik Pengambilan Sampel47

1. Penentuan Populasi47

2. Penentuan Sampel47

E. Teknik Pengumpulan Data48

F. Teknik Analisis Data49

1. Uji Validitas49

2. Uji Reliabilitas50

3. Analisis Deskriptif51

a. Analisis Persentase (Proporsi)51

b. Rata-Rata Hitung (*Mean*)52

c. Rentang Skala52

4. Uji Asumsi Klasik53

a. Uji Normalitas54

b. Uji Heteroskedastisitas54

c. Uji Multikolinieritas55

d. Uji Autokorelasi55

5. Analisis Regresi Linier Berganda55

a. Uji Kecocokan Model (Uji F)56

b. Uji Besar Pengaruh dan Prediksi (Uji t)57

c. Koefisien Determinasi (R2)57

BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN58

A. Gambaran Umum Objek Penelitian58

1. Profil Perusahaan58

2. Produk Perusahaan60

B. Analisis Deskriptif61

1. Uji Validitas61

a. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk62

b. Hasil Uji Validitas Variabel Promosi63

c. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan64

2. Uji Reliabilitas64

a. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk65

b. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi65

c. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan66

3. Analisis Profil Responden66

a. Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin66

b. Persentase Responden Berdasarkan Usia67

c. Persentase Responden Berdasarkan Pekerjaan67

d. Persentase Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan68

4. Analisis Variabel Penelitian69

a. Analisis Variabel Kualitas Produk69

b. Analisis Variabel Promosi70

c. Analisis Variabel Kepuasan Pelanggan72

C. Hasil Penelitian73

1. Uji Asumsi Klasik73

a. Uji Normalitas73

b. Uji Heteroskedastisitas73

c. Uji Multikolinieritas74

d. Uji Autokorelasi75

2. Analisis Regresi Linier Berganda75

a. Uji Kecocokan Model (Uji F)75

b. Uji Besar Pengaruh dan Prediksi (Uji t)76

c. Koefisien Determinasi (R2)77

D. Pembahasan78

1. Profil Responden78

2. Variabel Kualitas Produk79

3. Variabel Promosi82

4. Variabel Kepuasan Pelanggan85

5. Pengaruh Variabel Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan86

6. Pengaruh Variabel Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan87

BAB V SIMPULAN DAN SARAN88

A. Simpulan88

B. Saran88

DAFTAR PUSTAKA90

LAMPIRAN93