

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUTAN.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRACT	ix
RINGKASAN.....	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan	9
1.4 Manfaat	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	12
2.2 Landasan Teori	18
2.2.1 Pemasaran	18
2.2.2 Persepsi Harga	19
2.2.3 Promosi	21
2.2.4 Desain Produk	23
2.2.5 Kualitas Produk.....	24
2.2.6 Loyalitas Pelanggan	27
2.2.7 Keputusan pembelian.....	29
2.2.8 Hubungan antara Persepsi Harga, Promosi, Desain Produk, dan Kualitas Produk dengan Loyalitas Pelanggan dimediasi Keputusan Pembelian.....	30
2.3 Kerangka Berpikir	31
2.4 Hipotesis	34
BAB III METODE PENELITIAN.....	36

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian.....	36
3.2 Jenis Penelitian	36
3.3 Teknik Penarikan Sampel	36
3.3.1 Populasi.....	36
3.3.2 Sampel.....	37
3.3.3 Teknik Sampling	37
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	38
3.4.1 Jenis Data	38
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.5 Operasional Variabel	39
3.5.1 Variabel Independen	40
3.5.2 Variabel Dependen.....	42
3.5.3 Variabel Intervening/Variabel Mediasi.....	42
3.6 Metode Analisis Data	43
3.6.1 <i>Structural equation modelling</i> (SEM)	43
3.6.2 <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	44
3.6.3 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	44
3.6.4 Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	46
3.6.5 Uji Mediasi.....	47
3.6.6 Menentukan Keputusan Hipotesis	48
3.7 Jadwal Penelitian.....	51
BAB IV KEADAAN UMUM DAERAH PENELITIAN.....	52
4.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	52
4.2 Visi dan Misi Perusahaan	53
4.3 Struktur Organisasi	53
4.4 Sasaran Dan Tujuan.....	54
4.5 Produk Dan Harga	55
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN.....	56
5.1 Karakteristik Responden	56
5.2 Deskripsi Jawaban Responden	57
5.2.1 Tanggapan Responden Variabel Persepsi Harga	57
5.2.1 Tanggapan Responden Variabel Promosi	58
5.2.1 Tanggapan Responden Variabel Desain Produk.....	58
5.2.1 Tanggapan Responden Variabel Kualitas Produk	59
5.2.1 Tanggapan Responden Variabel Keputusan Pembelian	60
5.2.1 Tanggapan Responden Variabel Loyalitas Pelanggan.....	60

5.3 Evaluasi Model	61
5.3.1 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	61
5.3.2 Model Strukturan (<i>Inner Model</i>).....	67
5.3.3 Uji Mediasi.....	68
5.4 Uji Hipotesis	71
5.5 Pembahasan	74
5.5.1 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	74
5.5.2 Pengaruh Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	75
5.5.3 Pengaruh Desain Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan	75
5.5.4 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan	76
5.5.5 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	77
5.5.6 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	77
5.5.7 Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	78
5.5.8 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	79
5.5.9 Pengaruh Keputusan Pembelian Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	79
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	80
6.1 Kesimpulan	80
6.2 Saran	82
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

TABEL	Halaman
2.2 Matriks Penelitian Terdahulu	15
3.1 Daftar Pelanggan UD. Gampang Jaya	37
3.2 Skala Likert.....	39
3.3 Interpretasi Realibilitas Berdasarkan <i>Cronbach's alpha</i>	46
3.4 Jadwal Penelitian	51
4.1 Produk dan Harga	55
5.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	56
5.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	56
5.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
5.4 Tanggapan Responden Variabel Persepsi Harga	57
5.5 Tanggapan Responden Variabel Promosi.....	58
5.6 Tanggapan Responden Variabel Desain Produk	59
5.7 Tanggapan Responden Variabel Kualitas Produk	59
5.8 Tanggapan Responden Variabel Keputusan Pembelian	60
5.9 Tanggapan Responden Variabel Loyalitas Pelanggan	61
5.10 <i>Outer Loading</i>	62
5.11 Validitas Diskriminan.....	62
5.12 <i>Cross Loading</i>	64
5.13 Nilai <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	66
5.14 Uji R-Square	68
5.15 Uji <i>Path Coefficients</i>	69
5.16 <i>Spesific Indirect Effect</i>	70
5.17 Uji Hipotesis	72

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR	Halaman
2.3 Kerangka Berpikir	33
3.1 Analisis Jalur	47
4.1 Struktur Organisasi Perusahaan	53
5.1 Model Struktural (<i>inner model</i>)	67

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 KARTU BIMBINGAN
- Lampiran 2 DOKUMENTASI PENELITIAN
- Lampiran 3 KUISIONER
- Lampiran 4 DATA IDENTITAS RESPONDEN
- Lampiran 5 DATA JAWABAN RESPONDEN
- Lampiran 6 TABEL T
- Lampiran 7 *OUTER LOADING*
- Lampiran 8 *CROSS LOADING*
- Lampiran 9 *R-SQUARE*
- Lampiran 10 *F-SQUARE*
- Lampiran 11 *CONSTRUCT RELIABILITY AND VALIDITY*
- Lampiran 12 *DISCRIMINANT VALIDITY*
- Lampiran 13 *MODEL_FIT*
- Lampiran 14 *PATH COEFFICIENT*
- Lampiran 15 *TOTAL INDIRECT EFFECT*
- Lampiran 16 *SPECIFIC INDIRECT EFFECT*
- Lampiran 17 *PATH COEFFICIENT HISTOGRAM*
- Lampiran 18 *INDIRECT EFFECT HISTOGRAM*
- Lampiran 19 *INNER MODEL*
- Lampiran 20 *OUTER MODEL*
- Lampiran 21 SURAT HASIL PLAGIASI