

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO.....	iv
KATA PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
RINGKASAN.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xivv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Landasan Teori.....	20
2.2.1 Pengertian Strategi Pemasaran.....	20
2.2.2 Unsur Strategi Pemasaran.....	21
2.2.3 Konsep Pemasaran.....	22
2.2.4 Kualitas Produk.....	23
2.2.5 Harga Produk.....	23
2.2.6 Kualitas Pelayanan.....	23
2.2.7 Kepuasan Pelanggan.....	25
2.2.8 Tingkat Produktivitas.....	25

2.2.9 Hubungan antara strategi pemasaran, kualitas produk, harga produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di mediasi tingkat produktivitas	26
2.3 Kerangka Berfikir	27
2.4 Hipotesis	30
BAB III METODE PENELITIAN.....	32
3.1 Waktu dan lokasi penelitian.....	32
3.2 Jenis Penelitian	32
3.3 Teknik Penarikan Sampel	32
3.3.1 Populasi	33
3.3.2 Sampel	33
3.3.3 Teknik Sampling.....	34
3.4 Metode Pengumpulan Data	35
3.4.1 Jenis data.....	35
3.4.2 Teknik pengumpulan data	35
3.5 Operasional Variabel	37
3.5.1 Variabel bebas (independen X)	37
3.5.2 Variabel terikat (dependen Y)	39
3.5.3 Variabel mediasi/intervening (Z).....	39
3.6 Metode Analisis	40
3.6.1 Structural Equation Modeling (SEM).....	40
3.6.2 Partial Least Square (PLS)	41
3.6.3. Pengujian Model Struktural (<i>Outer Model</i>).....	42
3.6.4 Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	44
3.6.5 Uji Mediasi	46
3.6.6 Menentukan Nilai Hipotesis	47
3.7 Jadwal Penelitian	49
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	50
4.1 Sejarah UMKM Kue Garpu.....	50
4.2 Struktur Organisasi	51
4.3 Bidang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)	52
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53

5.1 Karakteristik Responden.....	53
5.2 Deskripsi Jawaban Responden	54
5.2.1 Persepsi Responden Variabel Strategi Pemasaran (X1)	54
5.2.2 Persepsi Responden Variabel Kualitas Produk (X2)	55
5.2.3 Persepsi Responden Variabel Harga Produk (X3)	55
5.2.4 Persepsi Responden Variabel Kualitas Pelayanan (X4)	56
5.2.5 Persepsi Responden Variabel Tingkat Produktivitas (Z)	56
5.2.6 Persepsi Responden Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	57
5.3 Evaluasi Model	57
5.3.1 Pengujian Model Pengukuran (<i>Inner Model</i>)	54
5.3.2 Pengujian Model Struktural (<i>Outerr Model</i>)	64
5.4 Uji Mediasi	65
5.5 Pembahasan	72
5.5.1 Pengaruh Srategi Pemasaran terhadap Kepuasan Pelanggan	72
5.5.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan	73
5.5.3 Pengaruh Harga Produk terhadap Kepuasan Pelanggan.....	73
5.5.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan	74
5.5.5 Pengaruh Srategi Pemasaran terhadap Tingkat Produktivitas	74
5.5.6 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Tingkat Produktivitas.....	75
5.5.7 Pengaruh Harga Produk terhadap Tingkat Produktivitas	76
5.5.8 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Tingkat Produktivitas.....	76
5.5.9 Pengaruh Tingkat Produktivitas terhadap Kepuasan Pelanggan ..	77
BAB VI_KESIMPULAN DAN SARAN	78
6.1 Kesimpulan	78
6.1.1 Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	78
6.1.2 Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	78
6.1.3 Uji Mediasi	78
6.1.4 Uji Hipotesis	79
6.2 Saran	79
6.2.1 Bagi Pelaku Usaha.....	80
6.2.1 Bagi Peneliti Selanjutnya.....	80
DAFTAR PUSTAKA	81