

DAFTAR ISI

	Halaman
Abstract	ii
Abstrak	iii
Pengesahaan	iv
Pernyataan	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi	vii
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar	xii
Daftar Grafik	xiii
Daftar Lampiran	xiv

1. **PENDAHULUAN**

1.1	Latar Belakang	
	1	
1.2	Rumusan Masalah	
	6	
1.3	Maksud dan Tujuan Penelitian	6
	1.3.1 Maksud Penelitian	6
	1.3.2 Tujuan Penelitian	6
1.4	Maanfaat dan Kegunaan Tesis	
	7	
1.5	Sistematika Penulisan	
	8	

2. **KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS**

2.1	Kajian Pustaka	9
2.1.1	Produk Makanan Kaleng	9
2.1.2	Saluran Distribusi	11
	2.1.2.1 Definisi Saluran Distribusi	11
	2.1.2.2 Lembaga Saluran Distribusi	12
	2.1.2.3 Fungsi-fungsi Saluran Distribusi	16
2.1.3	Kepuasan Pengecer	19
	2.1.3.1 Sikap Pemasok	25
	2.1.3.2 Kekuatan Bersaing Merek Pemasok	25
	2.1.3.3 Keuntungan Ekonomis	26
2.2	Kerangka Pemikiran	29
2.3	Hipotesis	31
3.	OBJEK DAN METODE PENELITIAN	
3.1	Objek Penelitian	32
3.2	Daerah penelitian	33
3.3	Metode Pengambilan sample, Pengumpulan data, dan pengolahan data primer	
3.3.1	Populasi dan sample	34
3.3.2	Teknik Pengambilan Sampel	34
3.3.3	Metode Pengumpulan Data primer	35
3.3.4	Teknik Analisis Data primer	
	3.3.4.1 Menentukan skala nilai pengukuran dan artinya	35
	3.3.4.2 Analisis	
	(1) Analisis Deskriptif	36
	(2) Konfirmasi Faktor	36
	(3) Analisis Regresi	38
4.	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1	Gambaran Umum Perusahaan	41
4.2	Profil Responden	42
4.3	Hubungan Sikap Perusahaan terhadap Kepuasan Grosir dan Semi-Grosir...	43
	4.3.1 Deskripsi Data Variabel Sikap Perusahaan	44
	4.3.2 Analisis Hubungan Sikap Perusahaan dengan Kepuasan Grosir dan Semi Grosir	46
	4.3.2.1 Konfirmasi Faktor Variabel Independen Sikap Perusahaan	46
	4.3.2.2 Analisis Regresi untuk Faktor Sikap Perusahaan terhadap Kepuasan Grosir dan Semi-Grosir	50
4.4	Hubungan Merek terhadap Kepuasan Grosir dan Semi-Grosir.....	52

4.4.1	Deskripsi Data Variabel Merek	52
4.4.2	Analisis Hubungan Merek dengan Kepuasan Grosir dan Semi-Grosir	55
4.4.2.1	Konfirmasi Faktor Variabel Independen Merek	55
4.4.2.2	Analisis Regresi untuk Faktor Merek terhadap Kepuasan Grosir dan Semi-Grosir	57
4.5	Hubungan Keuntungan Ekonomis terhadap Kepuasan Grosir dan Semi-Grosir.....	59
4.5.1	Deskripsi Data Variabel Keuntungan Ekonomis	59
4.5.2	Analisis Hubungan Keuntungan Ekonomis dengan Kepuasan Grosir dan dan Semi-Grosir	62
4.5.2.1	Konfirmasi Faktor Variabel Independen Keuntungan Ekonomis	62
4.5.2.2	Analisis Regresi untuk Faktor Keuntungan Ekonomis Terhadap Kepuasan Grosir dan Semi-Grosir	64
4.6	Hubungan antara Sikap Perusahaan, Merek dan Keuntungan Ekonomis terhadap Kepuasan Grosir dan Semi-Grosir.....	66
5.	KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1	Kesimpulan	69
5.1	Saran	70

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

	Halaman
2.1 Hipotesis Penelitian	31
3.1 Lokasi Penelitian	33
3.2 Ukuran Populasi & Sampel Per Wilayah	34
4.1 Profil Responden	42
4.2 Anti-Image Matrices Variabel Sikap	46
4.3 KMO and Bartlett's Test Variabel Sikap	46
4.4 Total Variance Explained Variabel Sikap	47
4.5 Component Matrix (a) Variabel Sikap	47
4.6 Anti-image Matrices Variabel Kepuasan	48
4.7 KMO and Bartlett's Test Variabel Kepuasan	48
4.8 Total Variance Explained Variabel Kepuasan	49
4.9 Component Matrix (a) Variabel Kepuasan	49
4.10 Koefisien Determinasi Model Summary (b) (Hubungan antara Sikap Perusahaan dengan Kepuasan)	50
4.11 Uji Statistik (F) (Hubungan antara Sikap Perusahaan dengan Kepuasan)	50
4.12 Coefficients (a) Uji t (Hubungan antara Sikap Perusahaan dengan Kepuasan)	50

4.13	Anti-image Matrices Variabel Merek	55
4.14	KMO and Bartlett's Test Variabel Merek	55
4.15	Total Variance Explained Variabel Merek	56
4.16	Component Matrix (a) Variabel Merek	56
4.17	Koefisien Determinasi Model Summary (b) (Hubungan antara Merek dengan Kepuasan)	57
4.18	Uji Statistik (F) (Hubungan antara Merek dengan Kepuasan)	57
4.19	Uji t - Coefficients (a) (Hubungan antara Sikap Perusahaan dengan Kepuasan)	57
4.20	Anti-image Matrices Variabel Merek	62
4.21	KMO and Bartlett's Test Variabel Merek	62
4.22	Total Variance Explained Variabel Merek	63
4.23	Component Matrix (a) Variabel Merek	63
4.24	Koefisien Determinasi Model Summary (b) (Hubungan antara Merek dengan Kepuasan)	64
4.25	Uji Statistik (F) (Hubungan antara Merek dengan Kepuasan)	64
4.26	Uji t - Coefficients (a) (Hubungan antara Sikap Perusahaan dengan Kepuasan)	64
4.27	Koefisien Determinasi Model Summary (b) (Hubungan antara Merek dengan Kepuasan)	66
4.28	Uji Statistik F (Hubungan antara Merek dengan Kepuasan)	66
4.29	Uji t - Coefficients (a) (Hubungan antara Sikap Perusahaan dengan Kepuasan)	67

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1.1 Contoh Produk AYAM Brand dna RICHMAN Brand	2
2.1 Model Kepuasan Pengecer menurut Sutojo (2003)	27
2.2 Model Kepuasan Pengecer menurut Djugorahardjo (2006)	27
2.3 Model Kepuasan Pengecer menurut Iglesias, Victor, dan Vasquez Rudolfo (2001)	28
2.4 Kerangka Pemikiran	30

DAFTAR GRAFIK

	Halaman
1.1 Volume Penjualan Tahun 2003-2005	3
4.1 Pie Chart Indikator Pemecahan Masalah	44
4.2 Pie Cahrt Indikator Tindakan Menyenangkan Grosir dan Semi-Grosir	44
4.3 Pie Chart Indikator Kerjasama	44
4.4 Pie Chart Indikator Reputasi Produk	53
4.5 Pie Cahrt Indikator Market Share	53
4.6 Pie Chart Indikator Loyalitas Konsumen	53
4.4 Pie Chart Indikator Penjualan	60
4.5 Pie Cahrt Indikator Konsumen	60
4.6 Pie Chart Indikator Keuntungan	60

DAFTAR LAMPIRAN

- I. DAFTAR MEREK PRODUK IKAN DALAM KEMASAN KALENG
- II. ANALISIS FAKTOR SIKAP PERUSAHAAN
- III. ANALISIS FAKTOR MEREK
- IV. ANALISIS FAKTOR KEUNTUNGAN EKONOMIS
- V. ANALISIS FAKTOR KEPUASAN
- VI. ANALISIS REGRESI SIKAP PERUSAHAAN TERHADAP KEPUASAN
- VII. ANALISIS REGRESI MEREK TERHADAP KEPUASAN
- VIII. ANALISIS REGRESI KEUNTUNGAN EKONOMIS TERHADAP
KEPUASAN
- IX. ANALISIS REGRESI SIKAP PERUSAHAAN, MEREK, DAN
KEUNTUNGAN EKONOMIS TERHADAP KEPUASAN
- X. HASIL INPUT DATA
- XI. KUESIONER