

DAFTAR ISI

	HALAMAN
ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi, Pembatasan dan Perumusan Masalah Penelitian.....	9
1.2.1 Identifikasi Masalah Penelitian	10
1.2.2 Perumusan Masalah Penelitian	11
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	12
1.3.1 Tujuan Penelitian	12
1.3.2 Manfaat Penelitian	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	14
2.1 Kajian Teori	14
2.1.1 Pemasaran	14
2.1.2 Bauran Pemasaran	16
2.1.2.1 Produk	17
2.1.2.2 Harga	20
2.1.2.2.1 Penetapan Harga	20
2.1.2.2.2 Bauran Harga	21

	2.1.2.2.3	Indikator Harga	22
	2.1.2.3	Promosi	24
	2.1.2.4	Distribusi	29
	2.1.2.5	Merek	36
	2.1.2.6	Kepuasan Pelanggan	41
2.2	Analisis Dimensi		45
	2.2.1	Pengaruh Produk Kopi Kapal Api terhadap Kepuasan Pelanggan	45
	2.2.2	Pengaruh Harga Kopi Kapal Api terhadap Kepuasan Pelanggan	62
	2.2.3	Pengaruh Promosi Kopi Kapal Api terhadap Kepuasan Pelanggan	72
	2.2.4	Pengaruh Distribusi Kopi Kapal Api terhadap Kepuasan Pelanggan	85
	2.2.5	Pengaruh Merek Citra Kopi Kapal Api terhadap Kepuasan Pelanggan	93
	2.2.6	Pengaruh Bauran Pemasaran dan Citra Merek Kopi Kapal Api terhadap Kepuasan Pelanggan	101
2.3	Kerangka Pemikiran		105
2.4	Hipotesis		107
BAB III	METODE PENELITIAN		108
	3.1	Jenis Penelitian	108
	3.2	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	109
		3.2.1 Variabel Penelitian	109
		3.2.2 Operasional Variabel	109
	3.3	Populasi dan Sampel	111
		3.3.1 Populasi	111
		3.3.2 Sampel Penelitian	113
	3.4	Metode Pengumpulan Data	114
	3.5	Metode Analisis Data	115

3.5.1	Uji Kualitas Instrumen atau Kuisisioner	115
3.5.2	Uji Validitas	115
3.5.3	Uji Reliabilitas	116
3.5.4	Uji Asumsi Klasik	117
3.5.5	Uji Normalitas	118
3.5.6	Uji Multikolobieritas	118
3.5.7	Uji Heterokeditas	119
3.5.8	Analisis Regresi Linier Berganda	119
3.5.9	Analisis Koefisien Determinasi	121
3.5.10	Pengujian Hipotesa Penelitian	121
3.5.10.1	Uji Signifikasi Paramater Individual (Uji t)	121
3.5.10.2	Uji Signifikasi Simultan (Uji F)	122
3.5.11	Analisis Dimensi	122
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	125
4.1	Deskripsi Perusahaan (Industri)	125
4.1.1	Sejarah Perusahaan	125
4.1.2	Lingkup dan Bidang Usaha	127
4.1.3	Sumber Daya	129
4.1.4	Tantangan Bisnis	131
4.1.5	Proses/Kegiatan Fungsi Bisnis	133
4.2	Hasil Penelitian	135
4.2.1	Karakteristik Responden	135
4.3	Statistik Deskriptif	137
4.3.1	Statistik Deskripsi Produk	137
4.3.2	Statistik Deskripsi Harga	138
4.3.3	Statistik Deskripsi Promosi	138
4.3.4	Statistik Deskripsi Distribusi	139
4.3.5	Statistik Deskripsi Citra Merek	139

	4.3.6	Statistik Deskripsi Kepuasan Pelanggan	140
	4.4	Hasil Analisis Data	141
	4.4.1	Uji Instrumen	141
	4.5	Pembahasan	157
	4.5.1	Pengaruh Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan	157
	4.5.2	Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan	158
	4.5.3	Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan	159
	4.5.4	Pengaruh Distribusi terhadap Kepuasan Pelanggan	160
	4.5.5	Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan	161
	4.5.6	Pengaruh Bauran Pemasaran dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan	162
BAB V		KESIMPULAN DAN SARAN	163
	5.1	Kesimpulan	163
	5.2	Saran	164
	5.2.1	Untuk Perusahaan	164
	5.2.2	Untuk Penelitian Selanjutnya	166
DAFTAR PUSTAKA			