

DAFTAR ISI

<i>ABSTRACT</i>	i
ABSTRAK.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v-vi
DAFTAR ISI.....	vii-xi
DAFTAR TABEL.....	xii-xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv-xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi, Pembatasan Masalah, Perumusan Masalah.....	17
1.2.1 Identifikasi Masalah Penelitian.....	17
1.2.2 Pembatasan Masalah Penelitian.....	18
1.2.3 Perumusan Masalah Penelitian.....	18
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	19
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	19
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	20
BAB II KAJIAN TEORI, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS.....	22
2.1 Kajian Pustaka.....	22
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	22

2.1.2	Pengertian Manajemen Pemasaran.....	24
2.1.3	Pengertian Bauran Pemasaran.....	28
2.1.4	Pengertian Bauran Produk.....	32
2.1.4.1	Dimensi Kualitas Produk Manufaktur.....	35
2.1.4.2	Dimensi Kualitas Produk Jasa.....	37
2.1.4.3	Macam-macam Produk Bisnis.....	38
2.1.4.4	Alasan Memproduksi Produk Berkualitas.....	40
2.1.4.5	Hubungan Kualitas Produk dengan Minat Beli	41
2.1.5	Pengertian Bauran Harga.....	42
2.1.5.1	Tujuan Penetapan Harga.....	43
2.1.5.2	Metode Penetapan Harga – permintaan.....	44
2.1.5.3	Metode Penetapan Harga – berbasis biaya.....	48
2.1.5.4	Metode Penetapan Harga – berbasis laba.....	49
2.1.5.5	Metode Penetapan Harga – persaingan.....	50
2.1.5.6	Metode Penetapan Diskon.....	51
2.1.6	Pengertian Bauran Promosi.....	52
2.1.6.1	Pengertian Promosi.....	54
2.1.6.2	Tujuan Promosi Penjualan.....	55
2.1.6.3	Alat Promosi Konsumen.....	56
2.1.7	Pengertian Perilaku Konsumen.....	59
2.1.8	Pengertian Keputusan Pengembalian.....	62
2.1.8.1	Pengertian Proses Pembelian.....	63
2.1.9	Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	65

2.1.9.1	Pengertian Kepuasan Pelanggan para Ahli.....	66
2.1.9.2	Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	67
2.1.9.3	Elemen Kepuasan Pelanggan.....	69
2.1.9.4	Dimensi Kepuasan Pelanggan.....	70
2.1.9.5	Manfaat Kepuasan Pelanggan.....	71
2.2	Penelitian Terdahulu.....	72
2.3	Kerangka Pemikiran.....	76
2.4	Hipotesis.....	79
BAB III METODE PENELITIAN.....		82
3.1	Jenis Penelitian.....	82
3.2	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	83
3.2.1	Definisi Operasional.....	83
3.2.2	Pengukuran Variabel.....	87
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian.....	88
3.3.1	Populasi Penelitian.....	88
3.3.2	Sampel Penelitian.....	89
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	91
3.5	Metode Analisa Data.....	91
3.5.1	Analisa Deskriptif.....	93
3.5.1.1	Analisa <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM). 93	
3.5.1.2	Konsep dan Istilah.....	94
3.5.1.3	Bagian SEM.....	96
3.5.1.4	Langkah-langkah Pengujian SEM.....	97

3.5.1.5	Tahapan Pengujian olah data.....	98
3.5.1.6	Pengertian <i>Smart PLS</i>	101
3.5.1.7	Langkah-langkah <i>Partial Least Square (PLS)</i> ..	102
BAB IV HASIL PENELITIAN AND PEMBAHASAN.....		104
4.1	Deskripsi Perusahaan (Industri).....	104
4.1.1	Sejarah Perusahaan.....	104
4.1.2	Lingkup dan Bidang Usaha.....	105
4.1.3	Sumber Daya.....	106
4.1.4	Tantangan Bisnis.....	107
4.1.5	Proses / Kegiatan Fungsi Bisnis.....	108
4.2	Hasil Penelitian.....	109
4.2.1	Analisis Deskriptif Responden.....	110
4.2.2	Analisis Deskriptif Pertanyaan Responden.....	111
4.3	Analisa dan Pembahasan.....	120
4.3.1	Pengujian Model Measurement (<i>Outer Model</i>).....	120
4.3.2	Analisa Uji Hasil.....	122
4.3.2.1	Uji Validitas.....	122
4.3.2.2	Uji Reliabilitas.....	133
4.3.3	Pengujian Struktural Model (<i>Inner Model</i>).....	135
4.3.3.1	Mengevaluasi Nilai R^2	135
4.3.3.2	Mengukur <i>Effect Size</i> f^2	138
4.3.3.3	Pengukuran Model Struktural Keseluruhan dengan <i>Goo of Fit index (GoF)</i>	139

4.3.3.4	Pengujian <i>Predictive Relevance (Q2)</i>	140
4.3.3.5	Uji Uji Hipotesis.....	141
4.3.4	Analisis Korelasi antar Dimensi.....	146
4.3.5	Pembahasan.....	149
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		157
5.1	Kesimpulan.....	157
5.2	Saran.....	158
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	159
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		
<i>CURRICULUM VITAE (CV)</i>		



UNIVERSITAS
MERCU BUANA