

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| ABSTRACT | i |
| ABSTRAK | ii |
| PENGESAHAN | iii |
| 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..... | 1 |
| 1.2 Identifikasi Masalah..... | 5 |
| 1.3 Perumusan Masalah..... | 6 |
| 1.4 Batasan Penelitian..... | 6 |
| 1.5 Tujuan Penelitian..... | 6 |
| 1.6 Manfaat dan Kegunaan Penelitian..... | 6 |
| BAB II DESKRIPSI PERUSAHAAN | 8 |
| 2.1 Objek Penelitian..... | 8 |
| 2.2 Sejarah dan Perkembangan PT. Indofarma (Persero) Tbk..... | 8 |
| 2.3 Visi, Misi, Motto, dan Logo PT. Indofarma (Persero) Tbk..... | 10 |
| 2.4 Lokasi dan Bangunan..... | 11 |

| | |
|---|----|
| 2.5 Produk PT. Indofarma (Persero) Tbk..... | 12 |
| 2.6 Struktur Organisasi..... | 13 |
| 2.6.1 Direktorat Produksi..... | 13 |
| 2.6.2 Direktorat Umum dan Sumber Daya Manusia (SDM) | 14 |
| 2.6.3 Direktorat Pemasaran..... | 14 |
| 2.6.4 Direktorat Keuangan..... | 15 |
| 2.7 Perkembangan Perusahaan..... | 15 |
| BAB III KAJIAN PUSTAKA | 18 |
| 3.1 Bauran Pemasaran..... | 18 |
| 3.2 Pengertian Produk..... | 19 |
| 3.3 Pengertian Atribut Produk..... | 24 |
| 3.4 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian..... | 19 |
| 3.4.1 Pengenalan Masalah..... | 30 |
| 3.4.2 Perilaku Pencarian Konsumen..... | 31 |
| 3.4.3 Evaluasi Alternatif..... | 32 |
| 3.4.4 Proses Pilihan Konsumen..... | 33 |
| 3.4.5 Evaluasi Pasca Akuisisi..... | 33 |
| 3.5 Loyalitas Pelanggan..... | 34 |
| 3.5.1 Pengertian Loyalitas..... | 34 |
| 3.5.2 Karakteristik Loyalitas Pelanggan..... | 35 |
| 3.5.3 Tipe-tipe Loyalitas Pelanggan..... | 36 |
| 3.6 Hubungan Antar Variabel Penelitian..... | 37 |
| 3.6.1 Hubungan Atribut Produk dengan Keputusan Pembelian... | 37 |

| | |
|--|-----------|
| 3.6.2 Hubungan Atribut Produk dengan Loyalitas Konsumen..... | 39 |
| 3.6.3 Hubungan Keputusan Pembelian dengan Loyalitas Konsumen..... | 40 |
| 3.7 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis..... | 41 |
| 3.7.1 Kerangka Pemikiran..... | 41 |
| 3.7.2 Hipotesis..... | 44 |
| BAB IV METODE PENELITIAN..... | 46 |
| 4.1 Metode Penelitian..... | 46 |
| 4.2 Metode Pengumpulan Sampel..... | 47 |
| 4.2.1 Populasi dan Sampel..... | 47 |
| 4.2.2 Teknik pengambilan sampel..... | 48 |
| 4.3 Jenis dan Sumber Data..... | 50 |
| 4.4 Metode Pengumpulan Data..... | 50 |
| 4.5 Jenis Skala dan Variabel Penelitian..... | 51 |
| 4.6 Operasional Variabel..... | 52 |
| 4.7 Analisis Data..... | 54 |
| 4.7.1 Uji Validitas..... | 54 |
| 4.7.2 Uji Reliabilitas..... | 55 |
| 4.7.3 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>) | 55 |
| BAB V HASIL DAN ANALISIS..... | 59 |
| 5.1 Gambaran Umum Responden..... | 59 |
| 5.2 Analisis Deskriptif..... | 61 |
| 5.2.1 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Atribut Produk | 61 |

| | |
|--|----|
| 5.2.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian Konsumen..... | 63 |
| 5.2.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Loyalitas Konsumen..... | 65 |
| 5.3 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas..... | 66 |
| 5.4 Analisa Pengaruh Atribut Produk dan Keputusan Pembelian Terhadap Loyalitas Konsumen Menggunakan Analisa Jalur (<i>Path Analysis</i>) | 68 |
| 5.4.1 Analisis Jalur Sub-Struktur-1 Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian..... | 70 |
| 5.4.2 Analisis Jalur Sub-Struktur-2 Pengaruh Atribut Produk dan Keputusan Pembelian Terhadap Loyalitas Konsumen | 71 |
| 5.4.2.1 Pengujian Secara Simultan (Keseluruhan)..... | 72 |
| 5.4.2.2 Pengujian Secara Individual Sub-Struktur-2..... | 72 |
| 5.5 Pembahasan..... | 75 |
| BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN | 79 |
| 6.1 Kesimpulan..... | 79 |
| 6.2 Saran..... | 79 |
| DAFTAR PUSTAKA | 81 |
| LAMPIRAN | 84 |
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP | 92 |