

DAFTAR ISI

Bab	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
II LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN	
2.1 Landasan Teori	
2.1.1 Pemasaran	10
2.1.2 Bauran Pemasaran	9
2.1.3 Harga	
2.1.3.1 Definisi Harga	13
2.1.3.2 Tujuan Petapan Harga	13
2.1.3.3 Metode Penetapan Harga	14
2.1.3.4 Dimensi Harga	15
2.1.4 Kualitas Pelayanan	
2.1.4.1 Definisi Pelayanan	16
2.1.4.2 Karakteritik Jasa atau Pelayanan	16
2.1.4.3 Definisi Kualitas Pelayanan	18
2.1.4.4 Peningkatan Kualitas Pelayanan	18
2.1.4.5 Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan	19
2.1.4.6 Dimensi Kualitas Pelayanan	21
2.1.5 Kepuasan Pelanggan	
2.1.5.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan	23

DAFTAR ISI

Bab	Halaman
2.1.5.2 Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan	23
2.1.5.3 Pengukuran Kepuasan Pelanggan	24
2.1.5.4 Strategi Kepuasan Pelanggan	25
2.1.5.5 Manfaat Kepuasan Pelanggan	26
2.1.5.6 Dimensi Kepuasan Pelanggan	27
2.1.6 Loyalitas Pelanggan	
2.1.6.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan	28
2.1.6.2 Jenis – Jenis Loyalitas Pelanggan	28
2.1.6.3 Tahapan Loyalitas Pelanggan	29
2.1.6.4 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan	30
2.1.6.5 Dimensi Loyalitas Pelanggan	31
2.1.7 Pengaruh Harga Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan	
2.1.7.1 Pengaruh Harga Produk terhadap Kepuasan Pelanggan	32
2.1.7.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan	33
2.1.8 Pengaruh Harga Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan	
2.1.8.1 Pengaruh Harga Produk terhadap Loyalitas Pelanggan	33
2.1.8.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan	34
2.1.9 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	35
2.2 Kerangka Pemikiran	36
2.3 Hipotesis	39
III METODE PENELITIAN	
3.1 Objek Penelitian	40
3.2 Metode Penelitian	41
3.3 Jenis Penelitian	41
3.4 Variabel Penelitian	42
3.5 Populasi dan Sampel	
3.4.1 Populasi	45
3.4.2 Sampel	45

DAFTAR ISI

Bab	Halaman
3.6 Metode Pengumpulan Data	47
3.7 Teknik Pengolahan Data.....	47
3.8 Uji Validitas Data Reabilitas	
3.8.1 Uji Validitas	49
3.8.2 Uji Reliabilitas.....	50
3.9 Analisis Data	
3.9.1 Uji Deskripsi Data	52
3.9.2 Uji Asumsi Normalitas	53
3.9.3 Teknik Analisis Data Path (Analisis Jalur)	53
3.10 Perhitungan Hipotesis	
3.10.1 Pengujian Hipotesis Path Analisis Secara Simultan	55
3.10.2 Pengujian Hipotesis Path Analisis Secara Parsial	57
3.11 Pengaruh Tidak Langsung Secara Parsial (Pengujian Hipotesis Mediasi)	59
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Penelitian	
4.1.1 Data Responden	60
4.1.2 Uji Validitas dan Reliabilitas	
4.1.2.1 Uji Validitas	62
4.1.2.2 Uji Reliabilitas	64
4.1.3 Analisis Deskriptif	
4.1.3.1 Tanggapan Responden terhadap Harga Produk	65
4.1.3.2 Tanggapan Responden terhadap Kualitas Pelayanan	67
4.1.3.3 Tanggapan Responden terhadap Kepuasan Pelanggan	68
4.1.3.4 Tanggapan Responden terhadap Loyalitas Pelanggan	70
4.1.4 Uji Asumsi Normalitas	71
4.1.4.1 Pengujian Pengaruh Harga Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Wardah Cosmetics di Wardah Beauty House (WBH) Bandung	72
4.1.4.2 Pengujian Pengaruh Harga Produk, Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan	73
4.1.5 Pengujian Koefisien Jalur secara Parsial.....	74

DAFTAR ISI

Bab	Halaman
4.1.6 Pengujian Koefisien Jalur secara Simultan	76
4.1.7 Pengujian Pengaruh Mediasi (<i>Intervening</i>)	78
4.1.8 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	80
4.2 Hasil Penelitian	80
4.3 Implikasi Hasil Penelitian	81
V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	83
5.2 Saran	84
VI DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN	89
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	104