

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang dan Masalah.....	1
B. Tujuan Penelitian.....	5
C. Kegunaan Penelitian.....	5
II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	7
A. Tinjauan Pustaka	7
1. Gulaku ..	7
2. Perilaku Konsumen	8
3. Kepuasan Konsumen	12
4. Loyalitas Konsumen	13
5. Bauran Pemasaran.....	17
B. Hasil Penelitian Terdahulu ..	19
C. Kerangka Pemikiran ..	21
D. Hipotesis.....	25
III. METODE PENELITIAN	26
A. Konsep Dasar dan Batasan Operasional	26
B. Lokasi, Responden dan Waktu Penelitian.....	31
C. Jenis Data dan Metode Pengambilan Data	32
D. Metode Analisis Data.....	32
1. Analisis Tingkat Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Gulaku.....	32
a. <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	32
b. <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i>	36

c. Analisis Tingkat Loyalitas.....	37
d. Uji Validitas dan Reliabilitas	44
2. Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Tingkat dan Loyalitas Konsumen Gulaku	46
IV. GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN.....	51
A. Keadaan Fisik dan Topografi Kota Bandar Lampung	51
B. Demografi Kota Bandar Lampung	53
C. Keadaan Ekonomi Kota Bandar Lampung.....	55
D. Gambaran Umum Pasar Modern dan Tradisional di Kota Bandar Lampung	57
1. Chandra Supermarket	57
2. Giant Supermarket	58
3. Ramayana Swalayan	58
4. Pasar Tugu	58
5. Pasar Kangkung	59
6. Pasar Way Halim	59
E. Gambaran Umum Produk Gulaku	59
V. HASIL DAN PEMBAHASAN..	62
A. Karakteristik Umum Responden	62
B. Karakteristik Pembelian	65
1. Sumber Informasi Tentang Gulaku.....	65
2. Pemberi Pengaruh dalam Pembelian Gulaku	66
3. Keputusan Pembelian Gulaku.....	67
4. Tempat Pembelian Gulaku.....	67
5. Frekuensi Pembelian Gulaku	68
6. Jumlah Pembelian Gulaku	69
7. Pertimbangan Pemilihan Tempat Pembelian Gulaku	69
C. Analisis Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Gulaku	70
1. Uji Validitas dan Reliabilitas	70
2. Penilaian Kepentingan dan Kinerja Terhadap Atribut Gulaku	72
3. Indeks Kepuasan Gulaku	74
4. Prioritas Perbaikan Atribut	75
5. Tingkat Loyalitas Konsumen	83
a. Uji Validitas dan Reliabilitas	84
b. Analisis <i>Switcher Buyer</i>	84
c. Analisis <i>Habitual Buyer</i>	85
d. Analisis <i>Satisfied Buyer</i>	87

e. Analisis <i>Liking the Brand</i>	87
f. Analisis <i>Committed Buyer</i>	88
D. Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Gulaku.....	91
1. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	91
2. Analisis Model Awal <i>Structural Equation Models</i> (SEM).....	92
3. Rekomendasi Model SEMKepuasan dan Loyalitas Konsumen Gulaku di Kota Bandar Lampung	96
4. Hubungan antara Variabel Bauran Pemasaran Gulaku dengan Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Gulaku	98
5. Hubungan antara Produk dengan Variabel Indikator Produk.....	100
6. Hubungan antara Harga dengan Variabel Indikator Harga	102
7. Hubungan antara Tempat dengan Variabel Indikator Tempat....	102
8. Hubungan antara Promosi dengan Variabel Indikator Promosi	103
9. Hubungan antara Variabel Bauran Pemasaran dengan Kepuasan Konsumen.....	103
10. Hubungan antara Kepuasan Konsumen dengan Variabel Indikator Kepuasan	104
11. Hubungan antara Kepuasan Konsumen dengan Loyalitas Konsumen	104
12. Hubungan antara Loyalitas Konsumen dengan Variabel Indikator Loyalitas	104
VI. KESIMPULAN DAN SARAN	106
A. Kesimpulan	106
B. Saran	107
DAFTAR PUSTAKA	108
LAMPIRAN	110

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Proyeksi konsumsi gula pasir penduduk Provinsi Lampung tahun 2006-2010.....	1
2. Data penjualan gula pasir di Kota Bandar Lampung	3
3. Perhitungan <i>switcher buyer</i>	38
4. Perhitungan <i>habitual buyer</i>	39
5. Perhitungan <i>satisfied buyer</i>	40
6. Perhitungan <i>liking the brand</i>	42
7. Perhitungan <i>committed buyer</i>	43
8. Ukuran validitas	45
9. Keterangan variabel-variabel pada diagram lintas	50
10. Data wilayah administrasi Kota Bandar Lampung	52
11. Jumlah penduduk Kota Bandar Lampung dirinci menurut kecamatan, jenis kelamin, dan sex ratio Tahun 2010	53
12. Tingkat pendidikan masyarakat Bandar Lampung menurut jenis kelamin Tahun 2010	54
13. Produk domestik regional bruto Kota Bandar Lampung menurut lapangan usaha atas dasar harga berlaku Tahun 2007-2010 (juta Rp)	55
14. Karakteristik responden berdasarkan umur, tingkat pendidikan, dan Jumlah anggota keluarga	62
15. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dan pendapatan	64
16. Sebaran responden berdasarkan sumber informasi tentang Gulaku	66

17. Sebaran responden berdasarkan pemberi pengaruh dalam pembelian Gulaku	66
18. Sebaran responden berdasarkan keputusan pembelian Gulaku	67
19. Sebaran responden berdasarkan tempat yang paling sering dipilih untuk membeli Gulaku	68
20. Sebaran responden berdasarkan frekuensi pembelian Gulaku.....	68
21. Sebaran responden berdasarkan jumlah pembelian Gulaku selama satu bulan	69
22. Sebaran responden berdasarkan pertimbangan pemilihan tempat pembelian Gulaku	70
23. Hasil uji validitas dan reliabilitas tingkat kinerja produk Gulaku	71
24. Hasil uji validitas dan reliabilitas tingkat kepentingan produk Gulaku	72
25. Penilaian tingkat kepentingan dan tingkat kinerja masing-masing atribut Gulaku	73
26. Perhitungan <i>Customer Satisfaction Indeks</i> Gulaku	74
27. Atribut Gulaku berdasarkan tingkat kepentingan dan tingkat kinerja	77
28. Hasil validitas dan reliabilitas loyalitas konsumen Gulaku.....	84
29. Responden yang sensitif terhadap perubahan harga (<i>switcher buyer</i>)	85
30. Responden yang membeli Gulaku karena faktor kebiasaan (<i>habitual buyer</i>)	86
31. Responden yang membeli Gulaku karena kepuasan (<i>satisfied buyer</i>)	87
32. Responden yang membeli Gulaku karena menyukai merek (<i>Liking the Brand</i>)	88
33. Responden yang bersedia merekomendasikan Gulaku kepada orang lain (<i>committed buyer</i>)	89
34. Hasil uji validitas dan reliabilitas data SEM	92
35. Ukuran kebaikan kesesuaian model awal kepuasan dan loyalitas Konsumen Gulaku di Kota Bandar Lampung	94

36. Ukuran kebaikan kesesuaian model rekomendasi kepuasan dan Loyalitas Gulaku di Kota Bandar Lampung	98
37. Nilai <i>loading</i> variabel indikator produk terhadap variabel laten produk Gulaku.....	101

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Empat variabel P beserta indikatornya dalam bauran pemasaran	18
2. Kerangka pemikiran analisis tingkat kepuasan dan loyalitas konsumen gula pasir merek Gulaku di Kota Bandar Lampung.....	24
3. Diagram kartesius tingkat kepentingan dan kepuasan	34
4. Diagram lintas model SEM	49
5. Diagram tingkat kepentingan dan tingkat kinerja atribut Gulaku	78
6. Piramida tingkat loyalitas konsumen Gulaku	90
7. Diagram path hasil estimasi pengaruh bauran pemasaran terhadap tingkat kepuasan dan loyalitas konsumen Gulaku di Kota Bandar Lampung.....	95
8. Diagram path model rekomendasi kepuasan dan loyalitas konsumen Gulaku di Kota Bandar Lampung.....	97
9. Diagram path model kepuasan dan loyalitas konsumen Gulaku di Kota Bandar Lampung berdasarkan t-hitung	99

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Tabel 38. Hasil uji validitas dan reliabilitas tingkat kepentingan Atribut Gulaku.....	111
2. Tabel 39. Hasil uji validitas dan reliabilitas tingkat kinerja atribut Gulaku	113
3. Tabel 40. Hasil uji validitas dan reliabilitas loyalitas konsumen Gulaku	115
4. Tabel 41. Hasil uji validitas dan reliabilitas data SEM.....	117
5. Output estimasi awal model SEM	119
6. Output rekomendasi model SEM	128
7. Tabel 42. Data responden penelitian	137