

DAFTAR ISI

Halaman Judul	
Daftar Isi	i
Daftar Gambar	iii
Daftar Tabel	iv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Kerangka Pemikiran	7
1.6 Hipotesis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Pengertian Manajemen	11
2.2 Pengertian Pemasaran	13
2.3 Pengertian Manajemen Pemasaran	14
2.4 Pengertian Produk	15
2.5 Atribut Produk	15
2.6 Dimensi Kualitas Produk	17
2.7 Layanan Purna Jual	18
2.8 Konsep Loyalitas Pelanggan	20
2.9 Kajian Penelitian Terdahulu	23
BAB III METODE PENELITIAN	24
3.1 Objek Penelitian	24
3.2 Populasi dan Sampel	25
3.2.1 Populasi Penelitian	25
3.2.2 Sampel Penelitian	25
3.3 Tehnik Pengambilan Data	27
3.4 Instrumen Penelitian	27
3.5 Definisi Operasional Variabel	28
3.6 Pengujian Instrumen Penelitian	30
3.6.1 Uji Validitas Kuesioner	30
3.6.2 Uji Reliabilitas Kuesioner	31

3.7 Tehnik Analisis Data	31
3.7.1 Analisis Kualitatif	31
3.7.2 Analisis Regresi Berganda (<i>Multiple Regression</i>)	32
3.7.3 Uji Signifikasi Simultan (Uji F)	33
3.7.4 Uji Signifikasi Parsial (Uji t)	33
BAB IV HASIL PENELITIAN	34
4.1 Karakteristik Responden	34
4.2 Analisis Penilaian Pelanggan Atas Kualitas Produk	40
4.3 Analisis Penilaian Pelanggan Atas Layanan Purna Jual	42
4.4 Analisis Penilaian Pelanggan Atas Loyalitas Pelanggan	44
4.5 Pengaruh Kualitas Produk dan Layanan Purna Jual Terhadap Loyalitas Pelanggan	46
4.6 Implikasi Manajerial	48
4.6.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan	48
4.6.2 Pengaruh Layanan Purna Jual Terhadap Loyalitas Pelanggan	49
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	52
5.1 Kesimpulan	52
5.2 Saran	53
Daftar Pustaka	55
Lampiran	