

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
PERNYATAAN	ii
ORISINALITAS SKRIPSI	ii
MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
1.4.1 Manfaat Teoritis	13
1.4.2 Manfaat Praktis	13
1.5 Tinjauan Teoritis	14
1.5.1 Produk	14
1.5.1.1 Atribut Produk.....	15
1.5.2 Kualitas Produk	17
1.5.2.1 Dimensi Kualitas Produk.....	18
1.5.3 Merek	21
1.5.3.1 Manfaat Merek	23
1.5.4 Citra Merek	25
1.5.4.1. Manfaat Citra Merek	26
1.5.4.2. Komponen Citra Merek	26
1.5.4.3. Faktor Pendukung Citra Merek.....	27
1.5.5 Kepuasan Pelanggan.....	28
1.5.5.1. Manfaat Kepuasan Konsumen	31

1.5.5.2.	Pengukuran Kepuasan Konsumen	31
1.5.5.3.	Indikator Kepuasan Pelanggan	33
1.5.6	Kepercayaan Pelanggan.....	34
1.5.6.1.	Manfaat Kepercayaan Pelanggan.....	35
1.5.6.2.	Indikator Kepercayaan Pelanggan	36
1.5.6.3.	Dimensi Kepercayaan Pelanggan	36
1.6	Tinjauan Empiris	38
1.7	Konsep yang Menghubungkan antar Variabel Penelitian	52
1.7.1	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan	52
1.7.2	Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan	53
1.7.3	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepercayaan Pelanggan	53
1.7.4	Pengaruh Citra Merek terhadap Kepercayaan.....	55
1.7.5	Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Kepercayaan Konsumen	56
1.8	Kerangka Berpikir	57
1.9	Hipotesis	63
1.10	Definisi Konsep dan Operasional	65
1.10.1	Definisi Konsep	65
1.10.1.1	Kualitas Produk	65
1.10.1.2	Citra Merek	65
1.10.1.3	Kepuasan Konsumen	65
1.10.1.4	Kepercayaan Konsumen	65
1.10.2	Definisi Operasional.....	65
1.10.2.1	Kualitas Produk	65
1.10.2.2	Citra Merek	66
1.10.2.3	Kepuasan Konsumen	67
1.10.2.4	Kepercayaan Konsumen	67
1.11	Metode Penelitian.....	68
1.11.1	Tipe Penelitian.....	68
1.11.2	Ruang Lingkup Penelitian	68
1.11.3	Lokasi Penelitian	68
1.11.4	Sumber Data	68
1.11.5	Teknik Pengumpulan Data	69
1.11.6	Populasi	69

1.11.7	Sampel.....	71
1.11.8	Teknik Sampling	71
1.11.9	Skala Pengukuran	72
1.11.10	Pengujian Validitas dan Reliabilitas	72
1.11.10.1	Uji Validitas	72
1.11.10.2	Uji Reliabilitas.....	73
1.11.11	Uji Asumsi Klasik	74
1.11.11.1	Uji Normalitas	74
1.11.11.2	Uji Multikolinearitas	75
1.11.11.3	Uji Heterokedastisitas.....	75
1.11.12	Teknik Analisis Data	76
1.11.12.1	Analisis Deskriptif.....	76
1.11.12.2	Analisis Inferensial	76
1.11.12.3	Analisis Jalur	77
1.11.13	Uji Sobel.....	78
1.11.14	Pengujian Hipotesis	79
BAB II		80
GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN		80
2.1	Sejarah Perusahaan.....	80
2.2	Sekilas tentang Kamera Digital	82
2.3	Perihal Variabel Penelitian pada Kamera DSLR Canon	85
BAB III		87
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		87
3.1	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	87
3.1.1	Uji Validitas	87
3.1.2	Uji Reliabilitas	89
3.2	Karakteristik Responden	90
3.2.1	Responden Berdasarkan Usia	90
3.2.2	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	91
3.2.3	Responden Berdasarkan Nama UKM.....	91
3.2.4	Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan	92
3.3	Deskripsi Variabel Penelitian	94
3.4	Uji Asumsi Klasik	123

3.4.1	Uji Normalitas	123
3.4.2	Uji Multikolinearitas	124
3.4.3	Uji Heterokedastisitas.....	125
3.5	Analisis Uji Regresi	126
3.5.1	Analisis Regresi Tahap 1.....	126
3.5.2	Analisis Regresi Tahap 2.....	129
3.6	Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	133
3.6.1	Pengaruh Langsung	133
3.6.2	Pengaruh Tidak Langsung.....	134
3.6.3	Pengaruh Total	135
3.7	Pembahasan.....	139
3.7.1	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan	139
3.7.2	Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan	140
3.7.3	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepercayaan	142
3.7.4	Pengaruh Citra Merek terhadap Kepercayaan	143
3.7.5	Pengaruh Kepuasan terhadap Kepercayaan	145
3.7.6	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepercayaan melalui Kepuasan.....	146
3.7.7	Pengaruh Citra Merek terhadap Kepercayaan melalui Kepuasan	147
BAB IV		148
PENUTUP		148
4.1	Kesimpulan	148
4.2	Saran	149
DAFTAR PUSTAKA		150

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Award.....	8
Tabel 1.2 Peneltian Terdahulu	45
Tabel 1.3 Populasi Penelitian	70
Tabel 1.4 Ukuran Skala Likert	72
Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	87
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek	88
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan	88
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan	88
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian	89
Tabel 3.6 Responden Berdasarkan Usia	90
Tabel 3.7 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	91
Tabel 3.8 Responden Berdasarkan Nama UKM	92
Tabel 3.9 Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan	93
Tabel 3.10 DSLR Canon Memiliki Processing frame rate yang lebih cepat dibanding dengan DSLR merek lain	95
Tabel 3.11 Memiliki hasil setting default (pabrik) agak cenderung hangat (kuning), sehingga menghasilkan warna kulit yang menarik	96
Tabel 3.12 Gambar yang dihasilkan DSLR CCanon tetap berkualitas meski minim cahaya	97
Tabel 3.13 DSLR Canon telah memenuhi standar spesifikasi kamera yang sudah di cantumkan	98
Tabel 3.14 DSLR Canon tidak mudah rusak meskipun dalam jangka waktu lama (penggunaan wajar)	99
Tabel 3.15 Tersedianya garansi Datascrip serta dengan penanganan yang cepat dan mudah	100
Tabel 1.16 Suku cadang selalu tersedia di toko yang dipercaya oleh Canon atau toko-toko kamera yang tersedia	101
Tabel 3.17 Desain DSLR Canon simpel dan elegan	102

Tabel 3.18 Kualitas DSLR Canon sesuai dengan harapan	103
Tabel 3.19 Ringkasan rata-rata jawaban item pernyataan variable kualitas produk	104
Tabel 3.20 Canon memiliki reputasi yang baik di mata perusahaan dan penggemar fotografi	105
Tabel 3.21 Canon merupakan salah satu merek terkenal di Indonesia	106
Tabel 3.22 Canon merupakan merek yang dapat dengan mudah dikenali dan diingat	107
Tabel 3.23 Canon mengeluarkan produk kamera yang berkualitas	108
Tabel 3.24 Model, kelengkapan asesoris, dan lain-lain DSLR Canon menarik	109
Tabel 3.25 DSLR Canon dapat diandalkan dalam segala kondisi	110
Tabel 3.26 DSLR Canon merupakan kamera terbaik bagi fotografer profesional	111
Tabel 3.27 Kamera DSLR Canon dapat meningkatkan rasa percaya diri bagi para penggunanya	112
Tabel 3.28 Ringkasan rata-rata jawaban item pernyataan variabel citra merek	113
Tabel 3.29 Saya telah menggunakan Kamera DSLR Canon selama bertahun-tahun	114
Tabel 3.30 Saya ingin membeli kamera DSLR Canon, ketika akan mengupgrade kamera ..	115
Tabel 3.31 Saya tidak terlalu tertarik pada produk kamera DSLR lain selain DSLR Canon	116
Tabel 3.32 Saya tetap ingin membeli DSLR Canon meskipun harga yang ditawarkan relatif diatas merek lain	117
Tabel 3.33 Saya merasa senang ketika menggunakan kamera DSLR Canon	118
Tabel 3.34 Ringkasan rata-rata jawaban item variable kepuasan	119
Tabel 3.35 Saya percaya DSLR Canon merupakan produk yang berkualitas tinggi	120
Tabel 3.36 Kamera DSLR Canon mudah di operasionalkan dengan fitur-fitur yang tersedia di dalamnya	121
Tabel 3.37 Kamera DSLR Canon dapat menghasilkan foto yang lembut dengan gradasi warna yang baik	122
Tabel 3.38 Ringkasan rata-rata jawaban item pernyataan variable kepercayaan	123
Tabel 3.39 Hasil Uji Normalitas	124
Tabel 3.40 Hasil Uji Multikolinieritas	125

Tabel 3.41 Hasil Uji Heterokedastisitas	126
Tabel 3.42 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana	127
Tabel 3.43 Model Summary	128
Tabel 3.44 Hasil Uji t	128
Tabel 3.45 Hasil Uji t	129
Tabel 3.46 Hasil Uji Analisis Regresi Sederhana	130
Tabel 3.47 Hasil Uji Koefisien Determinasi	131
Tabel 3.48 Hasil Uji T	131
Tabel 3.49 Hasil Uji T	132
Tabel 3.50 Hasil Uji T	132
Tabel 3.51 Pengaruh Langsung	133
Tabel 3.52 Pengaruh Tidak Langsung	134
Tabel 3.53 Pengaruh Total	135

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Konsep Kepuasan Pelanggan	30
Gambar 1.2 Kerangka Pemikiran Terdahulu “Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan”	57
Gambar 1.3 Kerangka Pemikiran Terdahulu “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk terhadap Kepercayaan serta Keputusan Pembelian	58
Gambar 1.4 Kerangka Pemikiran Terdahulu “Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan”	59
Gambar 1.5 Kerangka Pemikiran Terdahulu “Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Kepercayaan dan Loyalitas Pelanggan untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang”	60
Gambar 1.6 Kerangka Pemikiran Terdahulu “Pengaruh Faktor Sosial, Citra Merek, dan Kualitas Produk terhadap Kepercayaan Merek Serta Dampaknya pada Loyalitas Pelanggan”	61
Gambar 1.7 Kerangka Pemikiran Terdahulu “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen”	62
Gambar 1.8 Kerangka Pemikiran	63
Gambar 1.9 Model Hipotesis	64
Gambar 1.10 Model Analisis Jalur	77
Gambar 2.1 Logo Canon	82
Gambar 2.2 Kamera Kwanon 35mm Range Finder	82
Gambar 2.3 Kamera Demi	83
Gambar 2.4 Kamera Canon EOS Pertama	84
Gambar 2.5 Kamera DSLR Canon 5d Mark III	84
Gambar 3.1 Diagram Hasil Akhir	139