

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
LEMBAR PERNYATAAN .....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iv
ABSTRAKSI .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Tujuan Penelitian .....	10
D. Manfaat Penelitian .....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
A. Landasan Teori.....	11
1. Inovasi Produk.....	11
a. Pengertian inovasi roduk .....	11
b. Klasifikasi produk.....	12
c. Atribut produk.....	12
d. Tahapan pengembangan produk baru .....	13
e. Kategori produk baru .....	15
f. Indikator inovasi produk.....	16
2. Harga .....	17
a. Pengertian harga .....	17
b. Peranan harga.....	19
c. Tujuan penetapan harga .....	20
d. Dimensi strategik harga .....	21
e. Strategi penyesuaian harga .....	23
f. Indikator harga.....	24
3. Citra merek .....	25
a. Pengertian citra merek .....	25

b.	Keputusan kunci dalam <i>branding</i> .....	27
c.	Kesadaran merek.....	30
d.	Komponen citra merek.....	31
e.	Manfaat citra merek.....	31
f.	Indikator citra merek.....	32
4.	Kualitas Pelayanan .....	33
a.	Pengertian kualitas pelayanan.....	33
b.	Pendekatan peningkatan kualitas pelayanan.....	34
c.	Tantangan pengukuran kualitas layanan.....	35
d.	Kesenjangan kualitas jasa .....	36
e.	Indikator kualitas pelayanan .....	37
5.	Loyalitas Pelanggan .....	38
a.	Pengertian loyalitas pelanggan .....	38
b.	Perspektif loyalitas pelanggan .....	39
c.	Faktor pendorong loyalitas konsumen.....	40
d.	Membangun loyalitas pelanggan .....	42
e.	Indikator loyalitas pelanggan.....	43
B.	Penelitian Terdahulu .....	45
C.	Hubungan Antar Variabel .....	47
D.	Kerangka Pemikiran.....	51
E.	Hipotesis.....	52
BAB III METODE PENELITIAN.....		53
A.	Rancangan Penelitian .....	53
B.	Objek dan Waktu Penelitian.....	53
C.	Populasi, Sampel, Teknik Pengambilan Sampel Dan Besaran Sampel .....	54
1.	Populasi .....	54
2.	Sampel.....	54
3.	Teknik Pengambilan Sampel.....	54
4.	Besaran Sampel .....	55
D.	Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data.....	56
1.	Jenis Data .....	56
2.	Metode Pengumpulan Data .....	56

E.	Klasifikasi Variabel Penelitian.....	56
1.	Varibel Bebas (Variabel <i>Independen</i> ) .....	57
2.	Variabel Terikat (Variabel <i>Dependen</i> ) .....	57
F.	Definisi Operasional Variabel.....	57
G.	Skala Pengukuran Variabel.....	61
H.	Uji Instrumen .....	63
1.	Uji Validitas .....	64
2.	Uji Reliabilitas.....	65
I.	Model dan Teknik Analisis Data.....	66
1.	Analisis Deskriptif.....	66
2.	Analisis Kuantitatif.....	66
J.	Pengujian Hipotesis.....	68
1.	Uji Signifikansi Parsial (Uji-t) .....	68
2.	Uji Signifikansi Simultan (Uji-F).....	70
3.	Koefisien Determinasi ( <b>R<sup>2</sup></b> ) .....	71
	BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	72
A.	Hasil Penelitian .....	72
1.	Deskripsi Karakteristik Responden.....	72
2.	Deskripsi Variabel Penelitian.....	74
3.	Pengujian Hipotesis .....	78
B.	Pembahasan.....	85
	BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	92
A.	SIMPULAN .....	92
B.	SARAN .....	93
	DAFTAR PUSTAKA .....	95
	LAMPIRAN.....	98

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data market share tahun 2017-2018 .....	3
Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu .....	45
Tabel 2.2 Kerangka Pemikiran .....	51
Tabel 3.1 Skala Likert.....	62
Tabel 3.2 Skala Interval Distribusi Jawaban Responden.....	63
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas .....	64
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas .....	65
Tabel 4.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	72
Tabel 4.2 Karakteristik Responden berdasarkan Asal Universitas .....	73
Tabel 4.3 Karakteristik Responden berdasarkan Usia .....	74
Tabel 4.4 Deskripsi Variabel Inovasi Produk.....	75
Tabel 4.5 Deskripsi Variabel Harga .....	75
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel Citra Merek .....	76
Tabel 4.7 Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan .....	77
Tabel 4.8 Deskripsi Variabel Loyalitas Pelanggan .....	78
Tabel 4.9 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	79