

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	vii
ABSTRAK.....	ix
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR TABEL.....	xxii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan	7
1.4 Batasan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Pemasaran	11
2.1.1.1 Strategi pemasaran	11
2.1.2 Kualitas Produk	11
2.1.2.1 Kualitas Produk Makanan	12
2.1.3 Citra Merek.....	12
2.1.3.1 Faktor Pembentuk Citra Merek	12
2.1.3.2 Asosiasi Merek.....	13

2.1.4 Persepsi	14
2.1.5 Harga.....	14
2.1.6 Persepsi Harga	15
2.1.6.1 Pengertian Persepsi Harga.....	15
2.1.7 Perilaku Konsumen	15
2.1.8 Kepuasan Pelanggan	16
2.1.8.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	16
2.2 Penelitian Terdahulu.....	17
2.2.1 Suzy Widyasari (2017).....	17
2.2.2 Rahayu Lestari (2015)	18
2.2.3 Wahyudi Randang (2013).....	18
2.3 Kerangka Pemikiran	19
2.1.7 Hipotesis	20
BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1 Definisi Operasional, Sampel dan Tehnik Pengambilan Sampel.....	23
3.1.1 Populasi Penelitian	23
3.1.2 Metode Penentuan Sampel	23
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	24
3.3 Data Penelitian.....	24
3.3.1 Jenis dan Sumber Data	24
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data	25
3.4 Variabel Penelitian.....	26
3.4.1 Pengertian variabel Penelitian	26
3.4.2 Variabel Operasional.....	26
3.4.3 Uji Coba Instrumen	29
3.4.3.1 Uji Validitas.....	29

3.4.3.2 Uji Reabilitas	30
3.5 Metode Analisis Data	30
3.5.1 Statistik Deskriptif	30
3.5.2 Pengujian Asumsi Klasik	31
3.5.2.1 Uji Normalitas	31
3.5.2.2 Uji Multikolinearitas	32
3.5.2.3 Uji Heteroskedastisitas	32
3.5.3 Analisis Regresi Berganda	33
3.6 Pengujian Hipotesis	33
3.6.1 Uji T (Uji Koefisien Regresi Secara Parsial)	33
3.6.2 Uji Determinasi	34
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	36
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	36
4.1.1 Profil Perusahaan PT. Wilmar Nabati Indonesia	36
4.1.1.1 Bidang PT. Wilmar Nabati Indonesia	37
4.1.1.2 Visi dan Misi PT. Wilmar Nabati Indonesia	38
4.1.1.3 Produk PT. Wilmar Nabati Indonesia	38
4.1.1.4 Sania Premium	39
4.1.2 Profil Sarikat Jaya	39
4.2 Penyusunan Kuisiner Dan Penentuan Variabel	40
4.2.1 Kualitas Produk	40
4.2.2 Citra Merek	42
4.2.3 Persepsi Harga	43
4.2.4 Kepuasan	44
4.3 Diskripsi Responden	45
4.3.1 Usia Responden	45

4.3.2	Pekerjaan Responden	45
4.3.3	Merek Minyak Goreng Yang Diingat Responden	46
4.3.4	Frekuensi Penggunaan Responden	47
4.4	Diskripsi Objek Penelitian	49
4.4.1	Hasil Sampel Penelitian	50
4.5	Deskripsi Variabel Penelitian	50
4.5.1	Variabel Karakteristik Kualitas Produk (X1)	50
4.3.2	Variabel Karakteristik Citra Merek (X2)	52
4.3.3	Variabel Karakteristik Persepsi Harga (X3).....	53
4.3.4	Variabel Karakteristik Kepuasan Konsumen (Y1)	54
4.4	Hasil Pengujian Instrumen	56
4.4.1	Uji Validitas	56
4.4.2	Uji Reabilitas	57
4.5	Analisis Data	59
4.5.1	Uji Asumsi Klasik	59
4.5.1.1	Uji Normalitas	59
4.5.1.2	Uji Multikolinieritas	61
4.5.1.3	Uji Heteroskedastisitas	62
4.6	Analisis Regresi Linier Berganda	63
4.7	Hasil Uji Hipotesis	65
4.7.1	Hasil Uji T (Parsial)	65
4.6.1	Koefisien determinasi	66
4.7	Pembahasan	67
4.7.1	Kualitas Produk (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)	67
4.7.2	Citra Merek (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)	68
4.7.3	Persepsi Harga (X3) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)	70

BAB V PENUTUP	74
5.1 Kesimpulan	74
5.2 Saran Penelitian	75
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN 1 KUISIONER PENELITIAN	84
LAMPIRAN 2 TABULASI DATA KUISIONER.....	91
LAMPIRAN 3 HASIL UJI SPSS.....	97
LAMPIRAN 4 DOKUMENTASI.....	104
BIODATA PENULIS	60

