

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Asumsi Penelitian	9
E. Hipotesis Penelitian	10
F. Kegunaan Penelitian	10
G. Ruang Lingkup Penelitian.....	12
H. Definisi Istilah.....	14
I. Kajian Penelitian Terdahulu	15
BAB II KAJIAN TEORI.....	19
A. Manajemen Pemasaran	19
B. Strategi Pemasaran.....	21
C. Kualitas Produk.....	22
1. Pengertian Kualitas	22
2. Pengertian Produk.....	23
3. Pengertian Kualitas Produk.....	24
4. Dimensi Kualitas Produk	26

D. Harga.....	27
1. Pengertian Harga.....	27
2. Dasar Penetapan Harga	29
3. Tujuan Penetapan Harga	30
4. Indikator Penentuan Harga	32
E. Lokasi.....	34
1. Pengertian Lokasi.....	34
2. Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Lokasi.....	36
3. Pertimbangan dalam Penentuan Lokasi	40
F. Promosi	41
1. Pengertian Promosi	41
2. Tujuan Promosi	42
3. Indikator Promosi.....	45
G. Loyalitas Konsumen	52
1. Pengertian Loyalitas Konsumen	52
2. Karakteristik Loyalitas Konsumen	54
3. Merancang dan Menciptakan Loyalitas Konsumen.....	55
4. Indikator Loyalitas Konsumen.....	56
BAB III METODE PENELITIAN.....	58
A. Rancangan Penelitian.....	58
B. Populasi dan Sampel	62
C. Sumber Data.....	63
D. Instrumen Penelitian	64
E. Pengumpulan Data	67
F. Analisis Data.....	68
BAB IV DESKRIPSI, PEMBUKTIAN HIPOTESIS DAN PEMBAHASAN.....	79
A. Deskripsi Data.....	79
B. Pembuktian Hipotesis	98
C. Pembahasan.....	101
BAB V PENUTUP.....	110
A. Kesimpulan	110

B. Saran	111
DAFTAR PUSTAKA	113
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	120
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	121
RIWAYAT HIDUP.....	164