

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SETELAH SIDANG.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.6 Manfaat Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	10
2.1 Loyalitas Pelanggan	10
2.2 Kepuasan Pelanggan	13
2.3 Customer Relationship Management (CRM).....	15
2.4 Inovasi Produk	17
2.5 Citra Merek	20
2.6 Penelitian Terdahulu.....	23

2.7	Variabel -Variabel Penelitian dan Pengembangan Hipotesis .	26
2.7.1	Pengaruh CRM Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	26
2.7.2	Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan	27
2.7.3	Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan	28
2.7.6	Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan	31
2.8	Model Empirik	33
BAB III	METODE PENELITIAN	34
3.1	Jenis Penelitian.....	34
3.2	Populasi dan Sampel	35
3.2.1	Populasi	35
3.2.2	Sampel.....	35
3.3	Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data	36
3.3.1	Sumber Data.....	36
3.3.2	Metode Pengumpulan Data	37
3.4	Variabel dan Indikator	39
3.5	Teknik Analisis Data	40
3.5.1	Uji Instrumen.....	40
3.5.2	Uji Asumsi Klasik	42
3.6	Metode Analisis Data	44
3.6.1	Analisis Kualitatif	44
3.6.2	Analisis Kuantitatif	44
3.6.3	Uji <i>Path</i>	45
3.6.4	Pengujian Hipotesis.....	47
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	49
4.1.	Gambaran Umum Responden	49

4.1.1	Umur Responden.....	49
4.1.2	Profesi Responden.....	50
4.2.	Analisis Kualitatif	50
4.2.1	Variabel <i>Customer Relationship Marketing (CRM)</i> (X ₁).....	51
4.2.2	Variabel Inovasi Produk (X ₂).....	53
4.2.3	Variabel Citra Merek (X ₃).....	56
4.2.4	Variabel Kepuasan Pelanggan (Y ₁).....	58
4.2.5	Variabel Loyalitas Pelanggan (Y ₂)	60
4.3.	Analisis Kuantitatif	62
4.3.1	Uji Validitas.....	62
4.3.2	Hasil Pengujian Reliabilitas	63
4.3.3	Uji Asumsi Klasik	63
	4.3.3.1 Pengujian Normalitas	64
	4.3.3.2 Pengujian Multikolinearitas.....	64
	4.3.3.3 Pengujian Heteroskedastisitas	65
4.4.	Path Analisis.....	66
4.5.	Pengujian Hipotesis.....	69
4.5.1	Pengaruh CRM Terhadap Kepuasan pelanggan.....	69
4.5.2	Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepuasan pelanggan	70
4.5.3	Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan pelanggan	70
4.5.4	Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas pelanggan	70
4.5.5	Pengaruh CRM Terhadap Loyalitas pelanggan.....	71
4.5.6	Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Loyalitas pelanggan	71

4.5.7	Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas pelanggan	72
4.6	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	72
4.6.1	Pengaruh CRM Terhadap Loyalitas pelanggan Melalui Kepuasan pelanggan	72
4.6.2	Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Loyalitas pelanggan Melalui Kepuasan pelanggan.....	73
4.6.3	Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas pelanggan Melalui Kepuasan pelanggan	74
4.7	Pembahasan.....	74
4.7.1	Pengaruh CRM Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	74
4.7.2	Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan	76
4.7.3	Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan	77
4.7.4	Pengaruh Customer Relationship Marketing (CRM) Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	79
4.7.5	Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan	80
4.7.6	Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan	82
4.7.7	Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	83
BAB V	PENUTUP	86
5.1	Kesimpulan	86
5.2	Saran.....	87
5.3	Keterbatasan Penelitian	89
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN	92

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Top Brand Index katagori hand & Body Lotion Tahun 2013-2015 Kategori Perawatan Pribadi	5
Tabel 1. 2.	Data penjualan hand & Body Marina Laris Ambarawa Akhir Tahun 2015 - 2016	7
Tabel 1.3.	Penelitian Terdahulu	23
Tabel 2.1.	Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1.	Variabel dan Indikator Penelitian.....	39
Tabel 4. 1.	Umur Responden	49
Tabel 4. 2.	Profesi Responden	50
Tabel 4. 3.	Tanggapan Responden Tentang Variabel CRM (X_1)	52
Tabel 4. 4.	Tanggapan Responden Tentang Variabel Inovasi Produk (X^2)...	54
Tabel 4. 5.	Tanggapan Responden Tentang Variabel Citra Merek (X_3).....	56
Tabel 4.6.	Tanggapan Responden Tentang Variabel Kepuasan Pelanggan (Y_1).....	58
Tabel 4.7.	Tanggapan Responden Tentang Variabel Loyalitas Pelanggan (Y_2).....	60
Tabel 4. 8.	Hasil Uji Validitas	62
Tabel 4. 9.	Hasil Uji Reliabilitas.....	63
Tabel 4. 10.	Uji Multikolinearitas	65
Tabel 4.11.	Hasil Analisis Jalur Path	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1	Model Empirik.....	33
Gambar 3.1	Analisis Jalur Antara Customer Relationship Marketing(CRM), Inovasi Produk dan citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan.....	46
Gambar 4. 1	Uji Normalitas	64
Gambar 4. 2.	Uji Heteroskedastisitas	66
Gambar 4.3.	Analisis Path.....	69
Gambar 4.4.	Uji mediasi CRM terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan.....	72
Gambar 4. 5.	Hasil mediasi Inovasi produk terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan.....	73
Gambar 4. 6.	Hasil mediasi Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan.....	74

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	92
Lampiran 2. Data Mentah Hasil Tanggapan Responden.....	96
Lampiran 3. Uji Validitas	100
Lampiran 4. Uji Reliabilitas	103
Lampiran 5. Uji Asumsi Klasik.....	105
Lampiran 6. Uji Regresi.....	106