DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PENGESAHAN i

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN ii

LEMBAR PERSEMBAHAN iii

ABSTRAK iv

***ABSTRACT* .....v**

KATA PENGANTAR vi

DAFTAR ISI viii

DAFTAR TABEL xiii

DAFTAR GAMBAR xvi

DAFTAR LAMPIRAN xviii

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang 1

1.2. Identifikasi, Pembatasan, dan Rumusan Masalah 13

1.2.1. Identifikasi Masalah 13

1.2.2. Pembatasan Masalah 13

1.2.3. Rumusan masalah 13

1.3 Tujuan Penelitian 14

1.4 Kegunaan Penelitian 15

1.4.1. Manfaat Akademis 15

1.4.2. Manfaat praktis (guna laksana) 15

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian 16

1.5.1 Lokasi Penelitian 16

1.5.2 Waktu Penelitian 16

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka 18

2.1.1. Karakteristik Produk 27

2.1.1.1. Keragaman prodak.....31

2.1.1.2. Kualitas produk 31

2.1.1.3. Desain produk.....33

2.1.1.4. Ciri produk.....33

2.1.1.5. Merek produk 34

2.1.1.6. Peroses pelanggan memahami suatu merek 40

2.1.2. Penetapan harga 41

2.1.2.1 Tujuan penentuan harga (Pricing objectives) 42

2.1.2.2 Metoda Penetapan Harga (Pricing Methods) 45

2.1.3 Citra merek.....45

2.1.3.1. Pengertian Citra (brand image) 45

2.1.3.2. Pembentukan citra produk.....48

2.1.3.3 Citra merek 51

2.1.4. Lo.yalitas Pelanggan.....51

2.1.4.1 Pembentukan loyalitas Pelanggan yang Superior.....55

2.1.4.2 Keuntungan dalam Pembentukan Loyalitas Pelanggan.....56

2.1.5 Hasil Penelitian 58

2.2 Kerangka Pemikiran.....60

2.3. Hipotesis Penelitian 63

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian.....65

3.2. Metode Penelitian 66

3.2.1. Desain Penelitian 67

3.2.2. Operasionalisasi Variabel.....70

3.2.3. Sumber dan Teknik Penentuan Data 72

3.2.3.1.Sumber Data 72

3.2.3.2.Teknik Penentuan Data.....73

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data 74

3.2.4.1 Uji Validitas.....75

3.2.4.2 Uji Reliabilitas.....77

3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis 79

3.2.5.1 Rancangan Analisis 79

3.2.5.2 Pengujian Hipotesis 92

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan 96

4.1.1 Sejarah Perusahaan 96

4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan 96

4.1.2.1 Struktur Organisasi pada Head Office.....96

4.1.2.2 Struktur Organisasi pada Gerai.....102

4.2 Karakter Responden 104
4.3 Hasil Penelitian 106
4.3.1 Analisis Deskriptif 107
4.3.2 Analisis Deskriptif Karakteristik Produk 107
4.3.2.1 Keragaman Produk 109
4.3.2.2 Kualitas Produk 110
4.3.2.3 Desain Kemasan Produk 112
4.3.2.4 Ciri Produk 113
4.3.2.5 Nama Merk 115
4.3.2.6 Ukuran 116
4.3.2.7 Pelayanan 117
4.3.2.8 Responden Garansi 119
4.3.2.9 Imbalan 120
4.3.3 Analisis Deskriptif Penetapan Harga Produk (X_2) 123
4.3.3.1 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Penetapan Harga Produk 123
4.3.4 Analisis Deskriptif Mengenai Citra Merek (Y) 124
4.3.4.1 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Penetapan Citra Merek 125
4.3.5 Analisis Deskriptif Mengenai Loyalitas Pelanggan (Z) 126
4.3.5.1 Iklan 127
4.3.5.2 Penjualan Perseorangan 129
4.3.5.3 Promosi Penjualan 130

4.3.5.4 Hubungan Masyarakat 131
4.4 Analisis Verifikatif 133
4.4.1 Analisis Korelasi 134
4.4.2 Pengujian Jalur Pada Sub Struktur Pertama 137
4.4.2.1 Menghitung koefisien jalur 137
4.4.3 Menghitung Koefisien Determinasi 138
4.4.4 Pengujian Hipotesis secara simultan 140
4.4.4.1 Pengujian Koefisien Jalur Secara Parsial 142
4.4.4.2 Pengujian Jalur Pada Sub Struktur Kedua 145
4.4.4.2.1 Menghitung koefisien jalur 146
4.4.4.2.2 Menghitung Koefisien Determinasi 147
4.4.4.2.3 Pengujian Hipotesis 148
4.4.4.3 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung 160

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan 161
5.2 Saran 162

DAFTAR PUSTAKA 165

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 Jenis perkebunan penghasil teh di Jawa Barat 2

Tabel 1.2 Data Ekspor dan Impor teh dari tahun 2012– 2013, dalam metric tons 4

Tabel 1.3 Indonesian Customer Loyalty Index(ICLI) 2013.....6

Tabel 1.4 Perkembangan Konsumsi Teh per Kapita Dalam Negeri Tahun 2006-2013. 8

Tabel 1.5 Perkembangan produksi hasil pengolahan teh di Indonesia.....9

Tabel 1.6 Merek Dihasilkan Perusahaan teh di Jawa Barat 10

Tabel 1.7 Perbandingan Harga Teh Kemasan di Superindo Kopo.....12

Tabel 1.8 Jadwal Penelitian.....17

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu 58

Tabel 3.1 Desain Penelitian.....69

Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian.....70

Tabel 3.3 Skala Likert 75

Tabel 3.4 Pedoman untuk memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi.....85

Tabel 4.1 Distribusi Responden Menurut Jenis Kelamin 104

Tabel 4.2 Distribusi Responden Menurut Usia 105

Tabel 4.3 Distribusi Responden Menurut Pendidikan Terakhir.....105

Tabel 4.4 Distribusi Responden Menurut Pembelian Teh Celup.....106

Tabel 4.5 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Karakteristik Produk 107

Tabel 4.6 Rekapitulasi Skor Tanggapan Responden Mengenai Keragaman produk.....109
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Kualitas Produk 110
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Mengenai Desain Kemasan Produk.....112
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Mengenai Ciri Produk.....113
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Nama Merek 115
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Mengenai Ukuran 116
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Mengenai Pelayanan.....117
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Garansi.....119
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Imbalan 119
Tabel 4.15 Tanggapan Responden Mengenai Penetapan Harga Produk.....122
Tabel 4.16 Tanggapan Responden Mengenai Citra Merek.....124
Tabel 4.17 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Loyalitas Pelanggan126
Tabel 4.18 Tanggapan Responden Mengenai Iklan 127
Tabel 4.19 Tanggapan Responden Penjualan Perseorangan.....129
Tabel 4.20 Tanggapan Responden Mengenai Promosi Penjualan 130
Tabel 4.21 Tanggapan Responden Hubungan Masyarakat.....131
Tabel 4.22 Pedoman Pengklasifikasian Koefisien Korelasi 134
Tabel 4.23 Korelasi antara variabel jalur pertama 135
Tabel 4.24 Koefisien jalur Karakteristik produk, penetapan harga terhadap citra merk.....138
Tabel 4.25 Koefisien Determinasi penetapan harga, karakteristik terhadap citra merk.....139

Tabel 4.26 Anova Untuk Uji Pengaruh Karakteristik produk dan penetapan harga terhadap citra merk.....140
Tabel 4.27 Uji t Untuk Variabel karakteristik produk.....142
Tabel 4.28 Uji t Untuk Variabel penetapan harga.....144
Tabel 4.29 Koefisien Jalur karakteristik produk, penetapan harga dan citra merk terhadap loyalitas pelanggan.....146
Tabel 4.30 Koefisien Determinasi karakteristik produk, penetapan harga dan citra merk terhadap loyalitas pelanggan.....147
Tabel 4.31 Anova Untuk Uji Pengaruh karakteristik produk, penetapan harga dan citra merk terhadap loyalitas pelanggan.....149
Tabel 4.32 Uji t Untuk Variabel citra merk terhadap loyalitas pelanggan.....151
Tabel 4.33 Uji t Untuk Variabel penetapan harga terhadap loyalitas pelanggan.....153
Tabel 4.34 Uji t Untuk Variabel karakteristik produk terhadap loyalitas pelanggan.....155
Tabel 4.35 Hasil Uji Multikolinearitas.....158

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1 Proses Manajemen Pemasaran 19

Gambar 2.2 Tiga Tingkatan Produk 29

Gambar 2.3 *Product Decisions* 31

Gambar 2.4 *Strategy Decisions* 35

Gambar 2.5 Strategi Merek 36

Gambar 2.6 Proporsi loyalitas Pelanggan 52

Gambar 2.7 Paradigma Penelitian 64

Gambar 3.1 Desain Penelitian 69

Gambar 3.2 Diagram Hubungan hubungan Karakteristik Produk, Penetapan Harga terhadap Citra Merk 86

Gambar 3.3 Diagram Hubungan hubungan antara karakteristik produk, penetapan harga dan citra merk terhadap loyalitas pelanggan 88

Gambar 3.4 Uji daerah penerimaan dan penolakan hipotesis simultan f-tabel ..93

Gambar 3.5 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung 95

Gambar 4.1 Struktur Organisasi Perusahaan.....97

Gambar 4.2 Struktur Organisasi Gerai 102

Gambar 4.1 Garis Kontinum Karakteristik Produk.....108

Gambar 4.2 Garis Kontinum Keragaman Produk 110

Gambar 4.3 Garis Kontinum Kualitas Produk 111

Gambar 4.5 Garis Kontinum Ciri Produk 114

Gambar 4.6 Garis Kontinum Nama Merek 116

Gambar 4.7 Garis Kontinum Ukuran 117
Gambar 4.8 Garis Kontinum Pelayanan.....118
Gambar 4.9 Garis Kontinum Garansi.....120
Gambar 4.10 Garis Kontinum Imbalan 121
Gambar 4.11 Garis Kontinum Penetapan Harga Produk 123
Gambar 4.12 Garis Kontinum Penetapan Citra Merek 125
Gambar 4.13 Garis Kontinum Penetapan Citra Merek 127
Gambar 4.14 Garis Kontinum Iklan.....128
Gambar 4.15 Garis Kontinum Penjualan Perseorangan.....129
Gambar 4.16 Garis Kontinum Promosi Penjualan 131
Gambar 4.17 Garis Kontinum Hubungan Masyarakat.....132
Gambar 4.18 Diagram Hubungan Antara karakteristik produk, penetapan harga terhadap citra merk.....139
Gambar 4.19 Daerah Penerimaan dan Penolakkan H_0 Pada Uji F Pengaruh Karakteristik produk dan penetapan harga terhadap citra merk...141
Gambar 4.20 Daerah Penerimaan dan Penolakkan H_0 Pada Uji t Pengaruh karakteristik produk terhadap citra merk.....143
Gambar 4.21 Daerah Penerimaan dan Penolakkan H_0 Pada Uji t Pengaruh penetapan harga terhadap citra merek 145
Gambar 4.22 Diagram Hubungan Antara karakteristik produk, penetapan harga dan citra merk terhadap loyalitas pelanggan 147

Gambar 4.23 Daerah Penerimaan dan Penolakkan H_0 Pada Uji F Pengaruh karakteristik produk, penetapan harga dan citra merk terhadap loyalitas pelanggan 150
Gambar 4.24 Daerah Penerimaan dan Penolakkan H_0 Pada Uji t Pengaruh citra merk terhadap loyalitas pelanggan 153
Gambar 4.25 Daerah Penerimaan dan Penolakkan H_0 Pada Uji t Pengaruh penetapan harga terhadap loyalitas pelanggan 154
Gambar 4.26 Daerah Penerimaan dan Penolakkan H_0 Pada Uji t Pengaruh karaketristik produk terhadap loyalitas pelanggan 156
Gambar 4.27 Grafik normal *Probability-Plot Regression Standardidez Residual* 157
Gambar 4.28 Scatterplot Hasil Uji Heterokedastisitas 159