DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN ii
LEMBAR PUBLIKASI iii
ABSTRAK iv
ABSTRACT v
KATA PENGANTAR vi
DAFTAR ISI ix
DAFTAR TABEL xiv
DAFTAR GAMBAR xvi
BAB I PENDAHULUAN
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah 10
1.2.1 Identifikasi Masalah 10
1.2.2 Rumusan Masalah 10
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian 11
1.3.1 Maksud Penelitian 11
1.3.2 Tujuan Penelitian 11
1.4 Kegunaan Penelitian 12
1.4.1 Kegunaan Akademis 12
1.4.2 Kegunaan Praktis 12
1.5 Waktu Penelitian 13
1.5.1 Waktu Penelitian 13
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS
2.1 Kajian Pustaka 14
2.1.1 Diferensiasi Produk 14
2.1.1.1 Indikator Diferensiasi Produk 15
2.1.1.2 Strategi dan Diferensiasi Produk 17
2.1.1.3 Manfaat Strategi dan Diferensiasi Produk 19
2.1.2 Inovasi produk 19

2.1.2.1 Konsep Inovasi Produk....21
2.1.2.2 Proses Inovasi....22
2.1.2.3 Indikator Inovasi Produk....23
2.1.3 Loyalitas Konsumen....23
2.1.4 Penelitian Terdahulu....28
2.2 Kerangka Pemiikiran....33
2.2.1 Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Loyalitas Konsumen....33
2.2.2 Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Loyalitas Konsumen....35
2.2.3 Pengaruh Diferensiasi Produk dan Inovasi Peoduk Terhadap Loyalitas Konsumen....36
2.3 Hipotesis Penelitian....37
BAB III METODELOGI PENELITIAN
3.1 Objek Penelitian....39
3.2 Metode Penelitian....39
3.2.1 Desain Penelitian....41
3.2.2 Operasionalisasi Variabel....42
3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data....44
3.2.3.1 Sumber Data....44
3.2.3.2 Teknik Penentuan Data (Penentuan Sample Minimal)....45
3.2.4 Teknik Pengumpulan Data....46
3.2.4.1 Uji Validitas....48
3.2.4.2 Uji Reabiilitas....49
3.2.4.3 Uji MSI (Data Ordinal ke Interval)....51
3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis....52
3.2.5.1 Rancangan Analisis....52
3.2.5.1.1 Analisis Deskriftif/Kualitatif....52
3.2.5.1.2 Analisis Verifikatif(Kuantitatif)....56
3.2.5.1.3 Uji Asumsi Klasik....57
3.2.5.1.4 Uji Regresi Berganda....58
3.2.5.2 Pengujian Hipotesis....59

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gamabaran Umum Perusahaan 63
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan 63
4.1.2 Stuktur Organisai 64
4.2 Karakteristik Responden 65
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 65
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 66
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan 66
4.3 Analisis Deskriptif 67
4.3.1 Analisis Deskriptif Variabel Diferensiasi Produk (X1) 67
4.3.2 Analisis Deskriptif Variabel Inovasi Produk (X2) 75
4.3.3 Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan (Y) 79
4.4 Uji Asusmsi Klasik 83
4.4.1 Uji Normaliats 83
4.4.2 Uji Multikolonieritas 85
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas 86
4.5 Analisis Hasil 87
4.5.1 Analisis Koefisien Korelasi 87
4.5.2 Analisis Koefisien Determinasi 89
4.5.3 Analisis Regresi Linier Berganda 90
4.6 Pengujian Hipotesis 91
4.6.1 Uji Parsial (Uji t) 91
4.6.2 Uji Simultan (Uji F) 92
4.7 Analisis Keterkaitan Antar Variabel 92
4.7.1 Analisis Keterkaitan Antara Variabel Diferensiasi Produk dengan Loyalitas Pelanggan 92
4.7.2 Analisis Keterkaitan Antara Variabel Inovasi Produk dengan Loyalitas Konsumen 92

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan 94
5.2 Saran 95

DAFTAR PUSTAKA ..……
DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

1.1 Jumlah Data Pembelian Tahun 2016 5
1.2 Survei Awal Diferensiasi Produk 7
1.3 Survei Awal Inovasi Produk 8
1.4 Survey Awal Loyalitas Konsumen 9
1.5 Jadwal kegiatan Penelitian 13
2.1 Penelitian Terdahulu 28
3.1 Desain Penelitian.....42
3.2 Operasionalisasi Variabel.....43
3.3 Standar Penialian Koefisien Validitas dan Reabilitas. 51
3.4 Jenjang Kriteria Penilaian Angket.....54
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....65
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 66
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....67
4.4 Rentang Klasifikasi Variabel Diferensiasi Produk.....68
4.5 Tanggapan Responden Berdasarkan Indikator Fitur 68
4.6 Tanggapan Responden Berdasarkan Indikator Kinerja.....69
4.7 Tanggapan Responden Berdasarkan Indikator Gaya dan Deasain.....69
4.8 Tanggapan Responden Berdasarkan Indikator Konsistensi 70
4.9 Tanggapan Responden Berdasarkan Indikator Keawetan.....71
4.10 Tanggapan Responden Berdasarkan Indikator Keterandalan 72
4.11 Tanggapan Responden Berdasarkan Indikator Kemampuan Diperbaiki ...72
4.12 Total Pembobotan Variabel Diferensiasi Produk.....73
4.13 Reantang Klasifikasi Variabel Inovasi Produk 75
4.14 Tanggapan Responden Berdasarkan Indikator Perubahan Deasain 75
4.15 Tanggapan Responden Berdasarkan Indikator Inovasi Teknis 76
4.16 Tanggapan Responden Berdasarkan Indikator Pengembangan Produk.....77
4.17 Total Pembobotan Variabel Inovasi Produk 78
4.18 Reantang Klasifikasi Variabel Loyalitas Konsumen 79
4.19 Tanggapan Responden Berdasarkan Indikator Repeat Purchase 80

4.20 Tanggapan Responden Berdasarkan Indikator Retention 80
4.21 Tanggapan Responden Berdasarkan Indikator Referalls 81
4.22 Total Pembobotan Variabel Loyaliatas Konsumen.....82
4.23 One-Sample Kolmogrov – Smirnov Test.....84
4.24 Hasil Uji Multikolonieritas.....85
4.25 Hasil Uji Glejser.....87
4.26 Koefisien Kolerasi.....88
4.27 Tabel Interprestasi Koefisien Korelasi.....88
4.28 Koefisien Determinasi.....89
4.29 Regresi Linier Berganda.....90
4.30 Hasil Uji Parsial (Uji t).....91
4.31 Hasil Uji Simultan (Uji F).....92

DAFTAR GAMBAR

2.1 Piramida Loyalitas 26
2.2 Paradigma Penelitian.....37
3.1 Model IPA Importance performance analysis 55
3.2 Daerah Penerimaan dan Penolakan HO 62
4.1 Stukur Organisasi Cv. Jatnika Collection 64
4.2 Garis Kontinum Variabel Diferensiasi Produk 74
4.3 Garis Kontinum Variabel Inovasi Produk 78
4.4 Garis Kontinum Variabel Loyaliatas Konsumen 83
4.5 Hasil Uji Normalitas 85
4.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas 86