

DAFTAR ISI

SAMPUL	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN PENGUJI	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR GRAFIK	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ABSTRAK	xvii
ABSTRACT	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	13
C. Rumusan Masalah	15
D. Tujuan Penelitian	16
E. Kegunaan Penelitian.....	17
F. Ruang Lingkup Penelitian dan Batasan Masalah	18
G. Penegasan Istilah.....	19
H. Sistematika Skripsi.....	21
BAB II LANDASAN TEORI	23
A. Landasan Teori	23
1. Manajemen Pemasaran.....	23
2. Atribut Produk.....	28
a. Harga	31
b. Desain	34
c. Kualitas.....	36
d. Merek.....	39
3. Kepuasan Pelanggan.....	41

a. Manfaat Kepuasan	45
b. Keuntungan dari Kepuasan Pelanggan	46
c. Alat Ukur Kepuasan Pelanggan.....	48
d. Indikator yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	49
4. Loyalitas Pelanggan	49
5. Variabel Intervening.....	53
6. Klinik Kecantikan Dr'EL Tulungagung	53
B. Penelitian Terdahulu	57
C. Kerangka Konseptual	64
D. Hipotesis Penelitian	67
BAB III METODE PENELITIAN	69
A. Pendekatan dan Jenis Penelitan.....	69
B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian	70
C. Sumber Data, Variabel, dan Skala Penelitian	73
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian	78
E. Teknik Analisis Data	83
BAB IV HASIL PENELITIAN	92
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	92
B. Karakteristik Responden	96
C. Hasil Penelitian.....	100
D. Analisis Data	104
BAB V PEMBAHASAN	125
A. Harga	125
B. Desain.....	127
C. Kualitas.....	129
D. Merek	131
E. Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Klinik Kecantikan Dr'EL di Tulungagung.	133
F. Pengaruh harga, desain, kualitas, dan merek terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada Klinik Kecantikan Dr'EL di Tulungagung	134

BAB VI PENUTUP	136
A. Kesimpulan	136
B. Saran.....	138
DAFTAR PUSTAKA	140
LAMPIRAN-LAMPIRAN	143