

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
<i>ABSTRACT</i>	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	11
D. Kegunaan Penelitian.....	11
E. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian	13
F. Penegasan Variabel	14
G. Sistematika Penyusunan Skripsi	15
BAB II LANDASAN TEORI	17
A. Landasan Teori.....	17
B. Kepuasan Pelanggan	19
C. Kualitas Produk.....	23
D. Kepercayaan Merek	27
E. <i>Brand Image</i>	32
F. Kajian Penelitian Terdahulu.....	34
H. Hipotesis Penelitian.....	44

BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	39
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	39
B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian.....	41
C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran	44
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian.....	47
E. Teknik Analisis Data.....	51
BAB IV HASIL PENELITIAN	59
A. Deskripsi Data.....	59
B. Temuan Penelitian.....	70
BAB V PEMBAHASAN	79
A. Pengaruh Kualitas Produk (X_1), Kepercayaan Merek (X_2), dan <i>Brand Image</i> (X_3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Produk Hada Labo	79
B. Pengaruh Kualitas Produk (X_1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Produk Hada Labo.....	81
C. Pengaruh Kepercayaan Merek (X_2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Produk Hada Labo.....	83
D. Pengaruh <i>Brand Image</i> (X_3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Produk Hada Labo	85
BAB VI PENUTUP	89
A. Kesimpulan	89
B. Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	98