

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I : PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	13
1.3 Batasan Masalah.....	13
1.4 Rumusan Masalah .....	13
1.5 Tujuan Penelitian.....	14
1.6 Manfaat Penelitian.....	14
<b>BAB II : KAJIAN PUSTAKA.....</b>	<b>16</b>
2.1 Kerangka Teori.....	16
2.1.1 Kepuasan Konsumen .....	16
2.1.1.1 Pengertian Kepuasan Konsumen.....	16
2.1.1.2 Konsep Kepuasan Konsumen.....	17
2.1.1.3 Prinsip Kepuasan Konsumen dalam Memenangkan Persaingan .....	18
2.1.1.4 Elemen Kepuasan Konsumen.....	19
2.1.1.5 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen .....	20
2.1.1.6 Faktor-Faktor Peningkatan Kepuasan Konsumen.....	22
2.1.1.7 Indikator Kepuasan Konsumen .....	23
2.1.2 Diferensiasi Produk .....	23
2.1.2.1 Pengertian Diferensiasi Produk.....	23
2.1.2.2 Model Diferensiasi Produk.....	24
2.1.2.3 Strategi Diferensiasi Produk.....	25
2.1.2.4 Dimensi Diferensiasi Produk .....	26
2.1.2.5 Jenis-Jenis Diferensiasi Produk.....	28
2.1.2.6 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Diferensiasi Produk.....	29
2.1.2.7 Indikator Diferensiasi Produk .....	30
2.1.3 Citra Merek.....	33
2.1.3.1 Pengertian Citra Merek .....	33
2.1.3.2 Komponen-Komponen Citra Merek.....	34
2.1.3.3 Kerangka Ekuitas Merek Berbasis Konsumen.....	36

2.1.3.4	Aspek-Aspek Citra Merek.....	37
2.1.3.5	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Citra Merek .....	38
2.1.3.6	Indikator Indikator Citra Merek .....	40
2.2	Penelitian Terdahulu .....	40
2.3	Kerangka Berpikir .....	44
2.3.1	Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT.Aerofood Indonesia Cabang Kualanamu .....	44
2.3.2	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian pada PT.Aerofood Indonesia Cabang Kualanamu .....	45
2.3.3	Pengaruh Diferensiasi Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT.Aerofood Indonesia Cabang Kualanamu .....	47
2.4	Hipotesis .....	48
<b>BAB III : METODE PENELITIAN.....</b>		<b>50</b>
3.1	Lokasi Penelitian .....	50
3.2	Populasi dan Sampel.....	50
3.2.1	Populasi .....	50
3.2.2	Sampel .....	50
3.3	Defenisi Operasional .....	51
3.4	Teknik Pengumpulan Data .....	52
3.4.1	Observasi .....	52
3.4.2	Wawancara .....	53
3.4.3	Studi Pustaka .....	53
3.4.4	Kuesioner.....	53
3.5	Instrumen Penelitian .....	54
3.5.1	Uji Validitas.....	55
3.5.2	Uji Reliabilitas.....	57
3.6	Teknik Analisis Data .....	58
3.6.1	Uji Asumsi Klasik .....	58
3.6.1.1	Uji Normalitas .....	58
3.6.1.2	Uji Multikolinearitas .....	59
3.6.1.3	Uji Heterokedastisitas .....	59
3.6.2	Regresi Linear Berganda.....	60
3.7	Uji Hipotesis .....	61
3.7.1	Uji Signifikan Simultan (Uji-F).....	61
3.7.2	Uji Signifikan Parsial (Uji-T).....	62
3.7.3	Koefesien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	62
<b>BAB V PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>64</b>
4.1	Hasil Penelitian.....	64
4.1.1	Deskripsi Objek Penelitian .....	64
4.1.1.1	Sejarah Perusahaan .....	64
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan .....	66
4.1.2.1	Visi Perusahaan .....	66
4.1.2.2	Misi Perusahaan.....	66
4.1.3	Struktur Organisasi .....	67

4.2 Deskripsi Responden Penelitian .....	71
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian .....	73
4.4 Uji Instrumen Penelitian .....	86
4.4.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	86
4.4.1.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Diferensiasi Produk.....	86
4.4.1.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Citra Merek .....	87
4.4.1.3 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen.....	88
4.5 Teknik Analisis Data .....	89
4.5.1 Uji Asumsi Klasik.....	89
4.5.1.1 Uji Normalitas .....	89
4.5.1.2 Uji Multikolinearitas.....	92
4.5.1.3 Uji Heteroskedastisitas .....	93
4.6 Analisis Regresi Linear Berganda .....	95
4.7 Uji Hipotesis .....	96
4.7.1 Uji Signifikansi Parsial (Uji T).....	96
4.7.2 Uji Simultan (Uji F).....	98
4.7.3 Koefesien Determinasi.....	99
4.8 Pembahasan .....	100
4.8.1 Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT.Aerofood Indonesia Cabang Kuala Namu .....	100
4.8.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT.Aerofood Indonesia Cabang Kuala Namu .....	102
4.8.3 Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT.Aerofood Indonesia Cabang Kuala Namu .....	103
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>106</b>
5.1 Kesimpulan .....	107
5.2 Saran .....	108
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>109</b>

