

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	2
DAFTAR TABEL	11
DAFTAR GAMBAR.....	13
BAB I PENDAHULUAN	15
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	15
1.1.1 Profil Perusahaan Parfum HMNS	15
1.1.2 Logo Perusahaan Parfum HMNS	16
1.2 Latar Belakang.....	16
1.3 Perumusan Masalah	28
1.4 Tujuan Penelitian	28
1.5 Manfaat Penelitian	29
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	29
1.5.2 Manfaat Praktis	29
1.6 Sistematika Penulisan	29
BAB II	31
TINJAUAN PUSTAKA	31
2.1 Landasan Teori	31
2.1.1 Pemasaran.....	31
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	32
2.1.3. Product Quality	33
2.1.4 Brand Image.....	36
2.1.5 Customer Satisfaction.....	41
2.2 Penelitian terdahulu	47
2.2.1 Penelitian Terdahulu Skripsi.....	47
2.2.2 Penelitian Terdahulu Jurnal Nasional.....	52
2.2.3 Penelitian Terdahulu Jurnal INTERNasional	58
2.4 Hipotesis Penelitian	64

2.5	Ruang Lingkup Penelitian.....	64
BAB III METODE PENELITIAN		65
3.1.	Jenis Penelitian	65
3.2.1.	Variabel Operasional.....	65
3.2.2.	Skala Pengukuran.....	78
3.3.	Tahap Penelitian.....	78
3.4.	Populasi dan Sampel.....	79
3.4.1.	Populasi	79
3.4.2.	Sampel.....	79
3.5.	Teknik Pengumpulan Data	81
3.7.	Teknik Analisis Data.....	84
3.7.1.	Analisis Deskriptif.....	84
3.8.	Uji Asumsi Klasik.....	86
3.8.1.	Uji Normalitas.....	86
3.8.2.	Uji Heteroskedastisitas	86
3.8.3.	Uji Multikolineritas	87
3.9	Pengujian Hipotesis	88
3.9.1.	Uji Parsial (Uji T).....	88
3.9.2.	Uji Simultan (Uji F)	89
3.9.3.	Koefisien Determinasi	89
BAB IV		90
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		90
4.1	Hasil Penelitian.....	90
4.1.1	Profil Responden.....	90
4.1.2	Pengujian Kualitas Alat Ukur Penelitian	92
4.1.3	Analisis Deskriptif.....	95
4.1.4	Analisis Data Dan Pengujian Hipotesis	109

4.2.1 Pengaruh Product Quality Terhadap Customer Satisfaction pada Parfum Hmns di Kota Bandung.....	132
4.2.2. Pengaruh Brand Image Terhadap Customer Satisfaction pada Parfum Hmns di Kota Bandung.....	133
BAB V	135
KESIMPULAN DAN SARAN	135
DAFTAR PUSTAKA	138
LAMPIRAN.....	144