

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PERNYATAAN PROGRAM SARJANA

ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Kegunaan Operasional	10
1.4.2 Kegunaan Pengembangan Ilmu.....	10
1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian	10

BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PENELITIAN, DAN

HIPOTESIS PENELITIAN	11
2.1 Tinjauan Pustaka	11

2.1.1	Pengertian Pemasaran	11
2.1.2	Bauran Pemasaran.....	13
2.2	Produk	16
2.2.1	Tingkatan Produk.....	17
2.2.1	Siklus Hidup Produk	19
2.3	Diferensiasi Produk	22
2.3.1	Pengertian Diferensiasi Produk	22
2.3.2	Jenis-Jenis Diferensiasi Produk	23
2.3.3	Tujuan Diferensiasi Produk	26
2.3.4	Pengembangan Diferensiasi Produk	26
2.4	Perilaku Konsumen	32
2.4.1	Pengertian Perilaku Konsumen	32
2.5	Kepuasan Pelanggan	34
2.5.1	Pengertian Kepuasan Pelanggan	34
2.5.2	Strategi Kepuasan Pelanggan	40
2.5.3	Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan	41
2.5.4	Teknik Pengukuran Kepuasan Pelanggan	43
2.6	Penelitian Terdahulu	45
2.7	Kerangka Pemikiran	46
2.8	Hipotesis.....	52

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN 53

3.1 Objek Penelitian

3.1.1 Sejarah Singkat Apple Inc..... 53

3.1.2	Logo Perusahaan Apple	55
3.2	Metode Penelitian	56
3.2.1	Metode Yang Digunakan	56
3.2.2	Operasionalisasi Variabel.....	56
3.2.3	Populasi dan Teknis Penarikan Sampel	58
3.2.3.1	Populasi.....	58
3.2.3.2	Ukuran Sampel.....	59
3.2.3.3	Teknik Penarikan Sampel	60
3.2.4	Teknik Pengumpulan Data.....	61
3.2.4.1	Jenis Data	62
3.2.5	Rancangan Analisis Data	63
3.2.5.1	Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	63
3.2.5.2	Regresi Linear Sederhana	65
3.2.5.3	Analisis Koefisien Korelasi.....	66
3.2.5.4	Koefisien Determinasi	67
3.2.5.5	Uji Normalitas Data	68
3.2.5.6	Hipotesis Penelitian.....	68
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		71
4.1	Pengujian Instrumen	72
4.1.1	Hasil Uji Validitas.....	72
4.1.2	Hasil Uji Reliabilitas	74
4.1.3	Analisis Deskriptif Karakteristik Responden.....	75
4.1.3.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	75

4.1.3.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang	
Saku Perbulan.....	76
4.1.3.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber	
Informasi Produk.....	76
4.1.3.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama	
Penggunaan Produk.....	77
4.1.3.6 Karakteristik Responden Berdasarkan	
Penggunaan <i>Smartphone</i> Merek Lain	77
4.2 Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	78
4.2.1 Pembahasan Diferensiasi Produk (X) pada	
<i>Smartphone</i> iPhone	78
4.2.1.1 Tanggapan Responden Terhadap Dimensi	
Bentuk <i>Smartphone</i> iPhone.....	79
4.2.1.2 Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Fitur	
<i>Smartphone</i> iPhone	80
4.2.1.3 Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Mutu	
Kesesuaian pada <i>Smartphone</i> iPhone	81
4.2.1.4 Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Daya	
Tahan <i>Smartphone</i> iPhone	82
4.2.1.5 Tanggapan Responden Terhadap Dimensi	
<i>Design</i> pada <i>Smartphone</i> iPhone	83
4.2.1.6 Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Gaya	
pada <i>Smartphone</i> iPhone	84
4.2.1.7 Skor Variabel Diferensiasi Produk (X).....	85

4.2.2	Pembahasan Kepuasan Pelanggan (Y) pada <i>Smartphone</i> iPhone	87
4.2.2.1	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Kepuasan Fungsional <i>Smartphone</i> iPhone.....	88
4.2.2.2	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Kepuasan Psikologikal	89
4.2.2.3	Skor Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	90
4.3	Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	92
4.3.1	Analisis Regresi Linier Sederhana.....	92
4.3.2	Analisis Koefisien Korelasi.....	93
4.3.3	Analisis Koefisien Determinasi	94
4.3.4	Uji Normalitas	95
4.3.5	Uji Hipotesis	96
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		98
5.1	Kesimpulan	98
5.2	Saran.....	99
DAFTAR PUSTAKA		101
LAMPIRAN		