

DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
PERNYATAAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasi, Pembatasan dan Perumusan Masalah Penelitian	
1.2.1. Identifikasi Masalah.....	7
1.2.2. Batasan Masalah.....	8
1.2.3. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian	
1.3.1. Tujuan Penelitian.....	9
1.3.2. Manfaat Penelitian.....	9

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1. Kajian Teori

2.1.1. Harga Aksesoris	11
2.1.2. Kualitas Aksesoris.....	12
2.1.3. <i>Personal Selling</i>	13
2.1.4. <i>Internet Marketing</i>	13
2.1.5. Lokasi Dealer Aksesoris.....	14
2.1.6. Kepuasan Pelanggan Aksesoris.....	15
2.2. Penelitian Terdahulu.....	16
2.3. Kerangka Pemikiran.....	20
2.3.1. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan.....	21
2.3.2. Pengaruh Kualitas terhadap Kepuasan Pelanggan.....	21
2.3.3. Pengaruh <i>Personal Selling</i> terhadap Kepuasan Pelanggan.....	22
2.3.4. Pengaruh <i>Internet Marketing</i> terhadap Kepuasan Pelanggan.....	22
2.3.5. Pengaruh Lokasi Dealer terhadap Kepuasan Pelanggan.....	23
2.4. Hipotesis Penelitian.....	25

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian.....	26
3.2 Variabel dan Pengukuran Variabel.....	26
3.3. Populasi dan Sample	
3.3.1 Populasi	28
3.3.2. Sampel	28
3.4. Metode Pengumpulan Data.....	29

3.5 Metode Analisis Data	
3.5.1. Analisis Deskriptif.....	30
3.5.2. Validitas.....	31
3.5.3. Reliabilitas.....	31

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Perusahaan (Industri)	
4.1.1. Sejarah Berdirinya dan Perkembangan Perusahaan	34
4.1.2. Lingkup dan Bidang Usaha	35
4.1.3. Sumber Daya	36
4.1.4. Tantangan Bisnis	37
4.1.5. Proses/Kegiatan Fungsi Bisnis	38
4.2. Hasil Penelitian	
4.2.1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	41
4.2.1.1 Hasil Uji Validitas	41
4.2.1.2 Hasil Uji Reliabilitas	43
4.2.2. Hasil Uji Asumsi Klasik	44
4.2.2.1 Uji Normalitas Data	45
4.2.2.2 Uji Multikolinieritas	46
4.2.2.3 Uji Heteroskedastisitas	47
4.2.2.4 Uji Autokorelasi.....	48
4.2.3. Profil Responden	49
4.2.4. Hasil Uji Hipotesis	51
4.2.4.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	52

4.2.4.2 Uji F	52
4.2.4.3 Uji t	53
4.2.5. Hasil Analisis Korelasi Antar Dimensi	56
4.3 Pembahasan	
4.3.1. Pengaruh Harga Produk terhadap Kepuasan Pelanggan	60
4.3.2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan.....	61
4.3.3. Pengaruh <i>Personal Selling</i> terhadap Kepuasan Pelanggan.....	61
4.3.4. Pengaruh <i>Internet Marketing</i> terhadap Kepuasan Pelanggan.....	62
4.3.5. Pengaruh <i>Lokasi Dealer</i> terhadap Kepuasan Pelanggan.....	63
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	65
5.2. Saran	
5.2.1. Saran Manajerial	66
5.2.1. Saran Akademisi	68
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN	72
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	87