

DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi, Rumusan dan Batasan Masalah Penelitian.....	17
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	17
1.2.2 Rumusan Masalah.....	18
1.2.3 Batasan Masalah.....	18
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	19
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	19
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	19
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	21
2.1 Kajian Teori.....	21
2.1.1 Kualitas Produk.....	21
2.1.2 Kualitas Pelayanan.....	23
2.1.3 Persepsi Harga.....	25
2.1.4 Kepuasan Pelanggan.....	27
2.2 Penelitian Terdahulu.....	29
2.3 Kerangka Pemikiran.....	32
2.4 Hipotesis.....	33
BAB III. METODE PENELITIAN	34
3.1 Jenis Penelitian.....	34
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	34
3.2.1 Definisi Operasional.....	34
3.2.2 Pengukuran Variabel.....	36
3.3 Populasi dan Sample.....	36
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	37
3.5 Metode Analisis Data.....	38
3.5.1 Uji Instrumen.....	38
3.5.1.1 Uji Validitas.....	38
3.5.1.2 Uji Reliabilitas.....	39
3.5.2 Uji Asumsi Klasik.....	39
3.5.2.1 Uji Normalitas.....	39
3.5.2.2 Uji Moltikolonieritas.....	40
3.5.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	40
3.5.3 Uji Regresi Linier Berganda.....	41
3.5.3.1 Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	42

3.5.3.2 Uji Pengaruh Simultan (Uji F).....	42
3.5.3.3 Uji Signifikansi Parsial (Uji t).....	42
3.5.3.4 Analisis Korelasi Antar Dimensi.....	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	44
4.1 Deskripsi Perusahaan.....	44
4.1.1 Lingkup dan Bidang Usaha.....	44
4.2 Hasil Penelitian.....	45
4.2.1 Analisis Deskriptif Responden.....	45
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel.....	47
4.3 Analisa dan Pembahasan.....	50
4.3.1 Uji Validitas.....	50
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	51
4.3.3 Uji Normalitas.....	52
4.3.4 Uji Multikolonieritas.....	54
4.3.5 Uji Heteroskedastisitas.....	55
4.3.6 Analisis Regresi Linier Berganda.....	56
4.3.6.1 R- square.....	57
4.3.6.2 Uji Signifikansi (Uji – F).....	58
4.3.6.3 Pengujian Hipotesis.....	59
4.3.6.4 Matrik Korelasi Antar Dimensi.....	62
4.4 Pembahasan.....	64
4.4.1 Kualitas Produk Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	64
4.4.2 Kualitas Pelayanan Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	65
4.4.3 Persepsi Harga Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	66
4.4.4 Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Persepsi Harga Berpengaruh Signifikan secara Bersama-sama Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	67
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	68
5.1 Kesimpulan.....	68
5.2 Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA.....	71
LAMPIRAN.....	74
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	95