

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
LAMPIRAN	xvii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan penelitian	10
1.4. Sistematika Penulisan.....	10
BAB II.....	12
TINJAUAN PUSTAKA.....	12

2.1.1 Persepsi Harga	12
2.1.2 Kualitas Layanan	14
2.1.3 Kualitas Produk.....	16
2.1.4 Kepuasan Konsumen	17
2.1.5 Keputusan Pembelian	18
2.2 Pengaruh antar Variabel	19
2.2.1 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen	19
2.2.2 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen	20
2.2.3 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen.....	20
2.2.4 Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian	21
2.3 Penelitian Terdahulu.....	23
2.4 Kerangka Berpikir	25
2.5 Perumusan Hipotesis	26
BAB III.....	27
METODOLOGI PENELITIAN	27
3.1 Variabel Penelitian dan Operasional Variabel	27
3.1.1 Definisi Variabel Penelitian.....	27
3.1.2 Definisi Operasional Variabel	29
3.2 Penentuan Populasi dan Sampel	31
3.2.1 Populasi.....	31

3.2.2 Sampel	31
3.3 Jenis dan Sumber Data	32
3.4 Metode Pengumpulan Data	34
3.5. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	36
3.5.1. Uji Validitas	36
3.5.2. Uji Reliabilitas	36
3.6. Uji Asumsi Klasik	37
3.6.1. Uji Normalitas.....	37
3.6.2 Uji Multikolinearitas.....	37
3.6.3 Uji Heteroskedastisitas	38
3.7. Uji Hipotesis.....	38
3.7.1 Analisis Regresi Berganda.....	38
3.7.2. Uji Koefisien Determinasi	39
3.7.3. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji T)	39
3.7.4. Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	40
BAB IV	42
PEMBAHASAN	42
4.1 Gambaran Umum <i>Research Object</i>	42
4.2. Gambaran Umum Responden.....	43
4.3. Hasil Analisis Data	44

4.3.1 Uji Instrumen Penelitian	44
4.3.2 Uji Asumsi Klasik.....	49
4.3.3 Uji Hipotesis	53
4.4 Interpretasi Hasil	62
4.4.1 Pengaruh Persepsi Harga kepada Kepuasan Customer.....	62
4.4.2 Pengaruh Mutu Layanan kepada Kepuasan Customer	62
4.4.3 Pengaruh Mutu Produk kepada Kepuasan Customer	63
4.4.4 Pengaruh Kepuasan Customer kepada Keputusan Pembelian.....	64
BAB V.....	65
PENUTUP.....	65
5.1 Kesimpulan.....	65
5.2. Keterbatasan Penelitian	67
5.3. Implikasi Teoritis.....	67
DAFTAR PUSTAKA	71