

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan dan kegunaan Penelitian.....	9
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	9
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL PENELITIAN	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 Product Quality.....	12
2.1.2 Price Fairness	13
2.1.3 Service Quality	14
2.1.4 Customer satisfaction	16
2.1.5 Customer Loyalty	17
2.3 Kerangka Pemikiran	21

2.3.1 Pengaruh Product Quality terhadap Customer Satisfaction	21
2.3.2 Pengaruh Price Fairness terhadap Customer Satisfaction	22
2.3.3 Pengaruh Service Quality terhadap Customer Satisfaction.....	22
2.3.4 Pengaruh Customer Satisfaction terhadap Customer Loyalty.....	23
2.3.5 Pengaruh Product Quality, Price Fairness, dan Service Quality terhadap Customer Loyalty secara Tidak Langsung melalui Customer Satisfaction.....	24
2.4 Kerangka Pemikiran	25
2.5 Hipotesis	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	26
3.1 Variabel Penelitian dan Operasional Variabel	26
3.1.1 Definisi variable Penelitian	26
3.2 Penentuan Populasi dan Sampel.....	31
3.2.1 Populasi	31
3.2.2 Sampel	32
3.3 Jenis dan Sumber Data	33
3.3.1 Data Primer.....	33
3.3.2 Data Sekunder	33
3.4 Metode Pengumpulan Data	34
3.5 Metode Analisis Data	35
3.5.1 Realiabilitas dan Validitas	36
3.5.2 Uji Asumsi Klasik	40
3.5.2.1 Uji Normalitas	40
3.5.2.2 Uji Multikolinearitas	41
3.5.2.3 Uji Heteroskedastisitas	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	43

4.1.1 Gambaran Umum PT. Saripangan Makmur Sejahtera	43
4.1.2 Deskripsi Responden	44
4.2 Analisis Data	48
4.2.1 Hasil Uji Instrumen Penelitian	48
4.2.1.1 Uji Validitas	48
4.2.1.2 Uji Reliabilitas	50
4.2.2 Hasil Uji Asumsi Klasik	51
4.2.2.1 Uji Normalitas	51
4.2.2.2 Uji Multikolinearitas	54
4.2.2.3 Uji Heteroskedastisitas	56
4.2.3 Hasil Analisis Regresi dan Uji Hipotesis	57
4.2.3.2 Uji t (Parsial)	58
4.2.3.3 Uji F	59
4.2.3.4 Koefisien Determinasi (R^2)	60
4.3 Interpretasi Hasil Penelitian	60
4.3.1 Pengaruh Product Quality (X1) terhadap Customer Satisfaction (Z).....	60
4.3.2 Pengaruh Price Fairness (X2) terhadap Customer Satisfaction (Z).....	61
4.3.3 Pengaruh Service Quality (X3) terhadap Customer Satisfaction (Z)	62
4.3.4 Pengaruh Customer Satisfaction (Z) terhadap Customer Loyalty (Y)	63
4.3.5 Pengaruh Product Quality (X1), Price Fairness (X2), dan Service Quality (X3) terhadap Customer Loyalty (Y) melalui Customer Satisfaction (Z).....	63
BAB V PENUTUP	65
5.1 Kesimpulan.....	65
5.2 Implikasi Teoritis.....	66
5.3 Implikasi Manajerial.....	66

5.4 Keterbatasan Penelitian	67
5.5 Saran Penelitian mendatang	68
DAFTAR PUSTAKA	69

