

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
1.3.1 Tujuan Penelitian	10
1.3.2 Manfaat Penelitian	11
1.4 Sistematika Penulisan	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Pemasaran.....	14
2.2 Perilaku konsumen	15
2.3 Tanggapan Konsumen	20
2.4 Produk	24
2.5 Kualitas Produk	25
2.5.1 Konsep Kualitas Berdasarkan Pandangan Tradisional dan Modern	27
2.5.2 Proses Peningkatan Kualitas.....	30
2.5.3 Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk.....	31
2.6 Penelitian Terdahulu.....	33
2.7 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	34
2.8 Hipotesis	34
BAB III METODE PENELITIAN	36
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	36
3.1.1 Variabel Penelitian	36

3.1.2 Definisi Operasional	36
3.2 Populasi dan Sampel	39
3.2.1 Populasi	39
3.2.2 Sampel	40
3.3 Sumber Data	41
3.4 Metode Pengumpulan Data	41
3.5 Teknik Analisis Data	42
3.6 Metode Analisis Data.....	43
3.6.1 Uji Alat Ukur	43
a. Uji Validitas	43
b. Uji Reliabilitas	43
3.6.2 Analisis Angka Indeks	44
3.6.3 Uji Normalitas Data	46
3.6.4 Uji Beda	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	48
4.1 Gambaran Umum Responden	48
4.1.1 Jenis Kelamin Responden	48
4.1.2 Usia Responden.....	49
4.1.3 Pendidikan Responden.....	49
4.2 <i>International Brand Spare Part</i>	50
4.2.1 Tanggapan Responden tentang <i>International Brand Spare</i> Part	50
a. Tanggapan Responden Tentang Dimensi <i>Performance</i>	51
b. Tanggapan Responden Tentang Dimensi <i>Reliability</i>	53
c. Tanggapan Responden Tentang Dimensi <i>Conformance</i>	55
d. Tanggapan Responden Tentang Dimensi <i>Durability</i>	56
e. Tanggapan Responden Tentang Dimensi <i>Serviceability</i> ...	59
f. Tanggapan Responden Tentang Dimensi <i>Aesthetic</i>	61
g. Tanggapan Responden Tentang Dimensi <i>Fit and Finish</i> ..	63
4.2.2 Uji Validitas.....	65
4.2.3 Uji Reliabilitas.....	67
4.3 <i>Local Brand Spare Part</i>	68
4.3.1 Tanggapan Responden tentang <i>Local Brand Spare Part</i>	68
a. Tanggapan Responden Tentang Dimensi <i>Performance</i>	68
b. Tanggapan Responden Tentang Dimensi <i>Reliability</i>	70
c. Tanggapan Responden Tentang Dimensi <i>Conformance</i> ...	72
d. Tanggapan Responden Tentang Dimensi <i>Durability</i>	73
e. Tanggapan Responden Tentang Dimensi <i>Serviceability</i> ...	76
f. Tanggapan Responden Tentang Dimensi <i>Aesthetic</i>	77
g. Tanggapan Responden Tentang Dimensi <i>Fit and Finish</i> ...	80
4.3.2 Uji Validitas	82
4.3.3 Uji Reliabilitas	84

4.4 Uji Normalitas	85
4.5 Pengujian Hipotesis	86
4.5.1 Pengujian Hipotesis Ditinjau dari Dimensi <i>Performance</i>	86
4.5.2 Pengujian Hipotesis Ditinjau dari Dimensi <i>Reliability</i>	87
4.5.3 Pengujian Hipotesis Ditinjau dari Dimensi <i>Conformance</i>	88
4.5.4 Pengujian Hipotesis Ditinjau dari Dimensi <i>Durability</i>	89
4.5.5 Pengujian Hipotesis Ditinjau dari Dimensi <i>Serviceability</i>	90
4.5.6 Pengujian Hipotesis Ditinjau dari Dimensi <i>Aesthetic</i>	91
4.5.7 Pengujian Hipotesis Ditinjau dari Dimensi <i>Fit and Finish</i>	92
4.6 Pembahasan.....	93
4.6.1 Perbedaan Persepsi Konsumen tentang Kualitas Produk Ditinjau Dimensi <i>Performance</i>	96
4.6.2 Perbedaan Persepsi Konsumen tentang Kualitas Produk Ditinjau Dimensi <i>Reliability</i>	97
4.6.3 Perbedaan Persepsi Konsumen tentang Kualitas Produk Ditinjau Dimensi <i>Conformance</i>	97
4.6.4 Perbedaan Persepsi Konsumen tentang Kualitas Produk Ditinjau Dimensi <i>Durability</i>	98
4.6.5 Perbedaan Persepsi Konsumen tentang Kualitas Produk Ditinjau Dimensi <i>Serviceability</i>	99
4.6.6 Perbedaan Persepsi Konsumen tentang Kualitas Produk Ditinjau Dimensi <i>Aesthetic</i>	99
4.6.7 Perbedaan Persepsi Konsumen tentang Kualitas Produk Ditinjau Dimensi <i>Fit and Finish</i>	100
BAB V PENUTUP	101
5.1 Kesimpulan	101
5.2 Saran	103
DAFTAR PUSTAKA	105
DAFTAR LAMPIRAN	107