

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Kualitas Produk	7

2.1.2 Kualitas Layanan	9
2.1.3 Harga	11
2.1.4 Citra Merek	14
2.1.5 Kepuasan Pelanggan	16
2.2 Penelitian Terdahulu	22
2.3 Kerangka Pemikiran dan Pengembangan Hipotesis	24
2.3.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan	24
2.3.2 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan .	25
2.3.3 Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	27
2.3.4 Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan	28
2.4 Kerangka Penelitian	29
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1 Jenis Penelitian	30
3.2 Populasi dan Sampel	30
3.3 Jenis dan Sumber Data	31
3.4 Metode Pngumpulan Data	31
3.5 Definisi Operasional	32
3.6 Metode Analisis Data	33
3.6.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	35
3.6.1.1 Uji Validitas	35
3.6.1.2 Uji Reabilitas	36

3.6.2 Uji Asumsi Klasik	36
3.6.2.1 Uji Normalitas	36
3.6.2.2 Uji Multikolonieritas	37
3.6.2.3 Uji Heteroskedastisitas	37
3.6.2.4 Uji Autokorelasi	38
3.6.3 Pengujian Hipotesis	39
3.6.3.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	39
3.6.3.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)	40
3.6.3.3 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	42
4.1 Deskripsi Obyek Penelitian	42
4.2 Analisis Data	42
4.2.1 Statistik Deskriptif	42
4.2.1.1 Berdasarkan Jenis Kelamin	42
4.2.1.2 Berdasarkan Usia	43
4.2.1.3 Berdasarkan Pengunjungan	44
4.2.1.4 Analisis Deskriptif	44
4.2.2 Uji Validitas	47
4.2.3 Uji Reliabilitas	48
4.3 Uji Asumsi Klasik	49
4.3.1 Uji Normalitas	49

4.3.1.1 Analisis Grafik	49
4.3.1.2 Uji Statistik	51
4.5.3 Uji Multikolinearitas	52
4.5.4 Uji Heteroskedastisitas	53
4.5.5 Uji Autokorelasi	54
4.4 Analisis Regresi Berganda	55
4.5 Pembahasan.....	59
4.5.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan	59
4.5.2 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	60
4.5.3 Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	60
4.5.4 Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan	61
BAB V PENUTUP	62
5.1 Simpulan	62
5.2 Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN-LAMPIRAN	67