

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang Masalah	5
1.3 Perumusan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Kegunaan Penelitian	9
1.6 Sistematika Penulisan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Tinjauan Pustaka	12
2.1.1 Pemasaran	12
2.1.2 Persepsi Nilai	12
2.1.3 Kepuasan Konsumen	17
2.1.4 Pengaruh Persepsi Nilai terhadap Kepuasan Konsumen	21
2.2 Penelitian Terdahulu	21
2.3 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis Penelitian	23

BAB III METODE PENELITIAN	24
3.1 Jenis Penelitian	24
3.2 Variabel Operasional	24
3.3 Skala Pengukuran	26
3.4 Tahapan Penelitian	26
3.5 Populasi dan Sampel	28
3.6 Pengumpulan Data	29
3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas	30
3.8 Teknik Analisis Data	32
3.9 Pengujian Hipotesis	37
BAB IV PEMBAHASAN.....	39
4.1 Hasil Penelitian	39
4.1.1 Profil Demografis Responden	39
4.1.2 Pengalaman Responden	42
4.1.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	43
4.1.4 Deskripsi Variabel	45
4.1.4.1 Persepsi Nilai	45
4.1.4.2 Kepuasan Konsumen	47
4.1.5 Analisis Verifikatif	49
4.1.5.1 Uji Asumsi Klasik	49
4.2.5.2 Analisis Regresi Linear Sederhana	51
4.2 Pembahasan Pengaruh Persepsi Nilai terhadap Kepuasan Konsumen	39
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	55
5.1 Kesimpulan.....	55
5.2 Saran	56
DAFTAR PUSTAKA.....	57
LAMPIRAN	