

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan Wuling.....	1
1.1.2 Logo Perusahaan	1
1.1.3 Visi Misi Wuling.....	1
1.1.4 Produk Wuling	2
1.2 Latar Belakang	5
1.3 Identifikasi Masalah	13
1.4 Tujuan Penelitian.....	13
1.5 Kegunaan Penelitian.....	14
1.6 Sistematika Penulisan.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Landasan Teori.....	15
2.1.1 Perilaku Konsumen	15
2.1.2 Pemasaran.....	15
2.1.3 Kepuasan Konsumen	15
2.1.4 Indikator Kepuasan Konsumen	16
2.1.5 Kualitas Produk.....	17
2.1.6 Indikator Kualitas Produk	17

2.1.7 Harga	18
2.1.8 Indikator Harga.....	19
2.1.9 Hubungan Antara Variabel.....	20
2.2 Penelitian Terdahulu	22
2.3 Kerangka Pemikiran.....	47
2.4 Hipotesis Penelitian.....	48
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	49
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	50
3.1 Jenis Penelitian.....	50
3.2 Operasional Variabel Dan Skala Pengukuran	50
3.2.1 Operasional Variabel.....	50
3.2.2 Skala Pengukuran	55
3.3 Tahapan Penelitian	55
3.4 Populasi Dan Sampel	56
3.4.1 Populasi	56
3.4.2 Sampel	56
3.4.3 Teknik Sampling	57
3.5 Pengumpulan Data	58
3.5.1 Jenis Data	58
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data	59
3.6 Teknik Penelitian Data.....	59
3.6.1 Uji Validitas	59
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	62
3.7 Teknik Analisis Data.....	63
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	63
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	65
3.7.3 Method Of Successive Interval (MSI).....	66
3.7.4 Analisis Regresi Berganda	67
3.7.5 Pengujian Hipotesis	68

3.7.6 Koefisien Determinasi	69
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	71
4.1 Pengumpulan Data	71
4.2 Karakteristik Responden	71
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	72
4.2.2 Berdasarkan Usia	72
4.2.3 Berdasarkan Pekerjaan	73
4.3 Analisis Deskriptif	73
4.4 Method Of Successive Interval (MSI)	77
4.5 Uji Asumsi Klasik	78
4.5.1 Uji Normalitas	78
4.5.2 Uji Multikolinearitas	79
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas	80
4.6 Analisis Regresi Linear Berganda	81
4.7 Uji Hipotesis	82
4.7.1 Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji T)	82
4.7.2 Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	83
4.8 Koefisien Determinasi	84
4.9 Hasil Analisis Dan Pembahasan	85
4.9.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen	86
4.9.2 Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen	87
4.9.3 Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen	88
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	90
5.1 Kesimpulan	90
5.2 Saran	91
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan	91
5.2.2 Saran bagi peneliti	91
DAFTAR PUSTAKA	93