DAFTAR ISI

[JUDUL i](#_Toc506759524)

[PENGESAHAN ii](#_Toc506759525)

[ABSTRAK iii](#_Toc506759526)

[ABSTRACT iv](#_Toc506759527)

[KATA PENGANTAR v](#_Toc506759528)

[DAFTAR ISI vii](#_Toc506759529)

[DAFTAR TABEL xi](#_Toc506759530)

[DAFTAR GAMBAR xii](#_Toc506759531)

[DAFTAR LAMPIRAN xiii](#_Toc506759532)

[BAB I PENDAHULUAN](#_Toc506759533)

[A. Latar Belakang Masalah 1](#_Toc506759534)

[B. Identifikasi Masalah 5](#_Toc506759535)

[C. Batasan Masalah 6](#_Toc506759536)

[D. Batasan Penelitian 6](#_Toc506759537)

[E. Rumusan Masalah 6](#_Toc506759538)

[F. Tujuan Penelitian 7](#_Toc506759539)

[G. Manfaat Penelitian 7](#_Toc506759540)

[BAB II KAJIAN PUSTAKA](#_Toc506759541)

[A. Landasan Teoritis 9](#_Toc506759542)

[1. Produk 9](#_Toc506759543)

[a. Pengertian Produk 9](#_Toc506759544)

[b. Klasifikasi Produk 9](#_Toc506759546)

[c. Siklus Hidup Produk 11](#_Toc506759547)

[d. Pengertian Kualitas Produk 12](#_Toc506759549)

[e. Dimensi Kualitas Produk 13](#_Toc506759550)

[2. Kualitas layanan 14](#_Toc506759551)

[a. Pengertian Layanan 14](#_Toc506759552)

[b. Karakteristik Layanan 14](#_Toc506759553)

[c. Kategori Layanan 16](#_Toc506759554)

[d. Pengertian Kualitas 16](#_Toc506759555)

[e. Dimensi Kualitas Layanan 17](#_Toc506759556)

[3. Kepuasan Konsumen 18](#_Toc506759557)

[a. Pengertian Kepuasan Konsumen 18](#_Toc506759558)

[b. Mengukur Kepuasan Konsumen 18](#_Toc506759561)

c. Strategi Kepuasan Konsumen 19

[c. Dimensi Kepuasan Konsumen 23](#_Toc506759564)

[B. Penelitian Terdahulu 24](#_Toc506759565)

[C. Kerangka Pemikiran 26](#_Toc506759566)

[D. Hipotesis 27](#_Toc506759567)

[BAB III METODE PENELITIAN](#_Toc506759568)

[A. Objek Penelitian 28](#_Toc506759569)

[B. Desain Penelitian 28](#_Toc506759570)

[C. Variabel Penelitian 30](#_Toc506759571)

[D. Teknik Pengumpulan Data 32](#_Toc506759572)

[E. Teknik Pengambilan Sampel 33](#_Toc506759573)

[F. Teknik Analisis Data 33](#_Toc506759574)

[1. Uji Validitas 33](#_Toc506759575)

[2. Uji Reliabilitas 34](#_Toc506759576)

[3. Analisis Deskriptif 35](#_Toc506759577)

[a. Rata-Rata Hitung 35](#_Toc506759578)

[b. Analisis Persentase (%) 35](#_Toc506759579)

[c. Rentang Skala 35](#_Toc506759580)

[4. Uji Asumsi Klasik 36](#_Toc506759581)

[a. Uji Normalitas 36](#_Toc506759582)

[b. Uji Multikolinieritas 37](#_Toc506759583)

[c. Uji Heteroskedastisitas 37](#_Toc506759584)

[5. Analisis Regresi Ganda 38](#_Toc506759585)

[6. Uji Keberartian Model (Uji F) 38](#_Toc506759586)

[7. Uji Signifikan Koefisien (Uji t) 39](#_Toc506759587)

[8. Koefisien Determinasi (R2) 39](#_Toc506759588)

[BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN](#_Toc506759589)

[A. Gambaran Umum Objek Penelitian 40](#_Toc506759590)

[B. Analisis Deskriptif 42](#_Toc506759591)

[1. Uji Validitas dan Reliabilitas 42](#_Toc506759592)

[a. Uji Validitas 42](#_Toc506759593)

[b. Uji Reliabilitas 44](#_Toc506759594)

[2. Profil Responden 45](#_Toc506759595)

[a. Jenis Kelamin 46](#_Toc506759597)

[b. Usia 46](#_Toc506759598)

[c. Pekerjaan 47](#_Toc506759599)

[3. Analisis Variabel 47](#_Toc506759601)

[a. Penilaian indikator-indikator dari variabel Kualitas Produk 47](#_Toc506759602)

[b. Penilaian indikator-indikator dari variabel Kualitas Layanan 48](#_Toc506759603)

[c. Penilaian indikator-indikator dari variabel Kepuasan Konsumen 50](#_Toc506759604)

[4. Uji Asumsi Klasik 51](#_Toc506759605)

[a. Uji Normalitas 51](#_Toc506759606)

[b. Uji Heteroskedastisitas 52](#_Toc506759607)

[c. Uji Multikolinieritas 53](#_Toc506759608)

[5. Uji Regresi Linier Berganda 53](#_Toc506759609)

[a. Uji Model (Uji F) 53](#_Toc506759610)

[b. Uji Variabel (Uji t) 54](#_Toc506759611)

[c. Koefisien Determinasi (R2) 55](#_Toc506759612)

[C. Hasil Penelitian 55](#_Toc506759613)

[D.. Pembahasan 56](#_Toc506759613)

[BAB V KESIMPULAN DAN SARAN](#_Toc506759615)

[A. Kesimpulan 59](#_Toc506759616)

[B. Saran 60](#_Toc506759617)

[DAFTAR PUSTAKA 61](#_Toc506759618)

[LAMPIRAN 63](#_Toc506759619)