

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Pernyataan	ii
Halaman Persetujuan	iii
Halaman Pengesahan.....	iv
Abstrak.....	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel.....	xiii
Daftar Gambar	xiv
Daftar Lampiran.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	10
1.3. Tujuan Penelitian.....	10
1.4. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PIKIR DAN HIPOTESIS	
2.1. Tinjauan Pustaka	12
2.1.1. Manajemen Pemasaran.....	12
2.1.2. Kepuasan Pelanggan.....	12
2.1.3. Kinerja.....	16
2.1.4. Kehandalan.....	18
2.1.5. Desain.....	19
2.2. Kerangka Pikir	21
2.3. Hipotesis	22

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Tempat dan Waktu Penelitian.....	23
3.2. Metode Penelitian	23
3.3. Jenis, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	23
3.3.1. Jenis dan Sumber Data	23
3.3.2. Teknik Pengumpulan Data	24
3.4. Populasi dan Sampel.....	25
3.4.1. Populasi	25
3.4.2. Sampel	26
3.5. Teknik Analisis Data	26
3.5.1. Uji Validitas.....	26
3.5.2. Uji Reliabilitas.....	27
3.5.3. Uji Asumsi Klasik	27
3.5.3.1. Uji Normalitas Data	27
3.5.3.2. Uji Multikolinearitas	27
3.5.3.3. Uji Heteroskedastisitas.....	28
3.5.4. Analisis Regresi Linear Berganda	28
3.5.5. Uji f.....	29
3.5.6. Uji t.....	30
3.5.7. Uji Koefisien Determinasi.....	30
3.6. Definisi Operasional	30

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian.....	33
4.1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	33
4.1.2. Karakteristik Responden	33
4.1.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ...	33
4.1.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	34
4.1.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	35
4.1.3. Hasil Analisis Data	35
4.1.3.1. Hasil Uji Validitas	35
4.1.3.2. Hasil Uji Reliabilitas	37
4.1.3.3. Hasil Uji Asumsi Klasik	37
4.1.3.3.1. Pengujian Normalitas	37
4.1.3.3.2. Pengujian Multikolinearitas	38
4.1.3.3.3. Pengujian Heteroskedastisitas	40
4.1.3.4. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	41
4.1.3.5. Hasil Uji f	42
4.1.3.6. Hasil Uji t	43
4.1.3.7. Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	45
4.2. Pembahasan	46
4.2.1. Kinerja, kehandalan dan desain berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.....	46
4.2.2. Kinerja berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan	47

4.2.3. Keandalan berpengaruh secara signifikan terhadap
kepuasan pelanggan47

4.2.4 Desain berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan
pelanggan47

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan49

5.2. Saran50

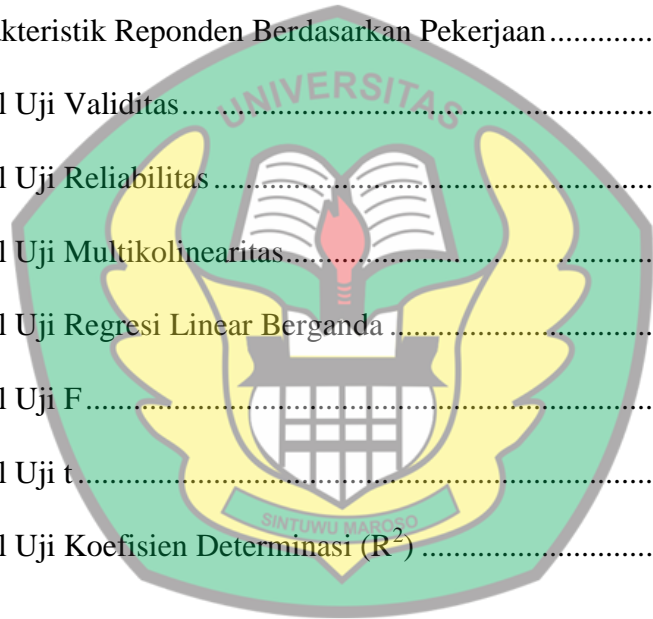
DAFTAR PUSTAKA52

DAFTAR LAMPIRAN54



DAFTAR TABEL

3.1. Instrument Skala Likert.....	29
4.1. Karakteristik Reponden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	34
4.2. Karakteristik Reponden Berdasarkan Usia	34
4.3. Karakteristik Reponden Berdasarkan Pekerjaan.....	35
4.4. Hasil Uji Validitas.....	36
4.5. Hasil Uji Reliabilitas.....	37
4.6. Hasil Uji Multikolinearitas.....	39
4.7. Hasil Uji Regresi Linear Berganda	41
4.8. Hasil Uji F.....	43
4.9. Hasil Uji t.....	44
4.10. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	45



DAFTAR GAMBAR

2.1. Kerangka Pikir21

4.1. Normal P-Plot of Regression Standardized Residual Dependent Variable:
Keputusan Pembelian (Y)38

4.2. Grafik *Scatterplot*.....40

