

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	12
1.4 Sistematika Penulisan	14
BAB II TELAAH PUSTAKA	15
2.1 Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu	15
2.1.1 Konsep Pemasaran Produk <i>By Order</i>	15
2.1.2 Kepuasan Pelanggan	17
2.1.3 Kualitas Produk	27
2.1.4 Kualitas Pelayanan	39
2.1.5 Nilai Pelanggan	32
2.1.6 Penelitian Terdahulu	37
2.2 Kerangka Pemikiran	39
2.3 Hipotesis	39
BAB III METODE PENELITIAN	40
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	40
3.1.1 Variabel Penelitian	40
3.1.2 Definisi Operasional	40
3.2 Populasi dan Sampel	42
3.2.1 Populasi	42
3.2.2 Sampel	43
3.3 Jenis dan Sumber Data	44
3.3.1 Data Primer	44
3.3.2 Data Sekunder	45
3.4 Metode Pengumpulan Data	45
3.5 Metode Analisis	46
3.5.1 Analisis Kuantitatif	46
3.5.1.1 Uji Validitas	46
3.5.1.2 Uji Reliabilitas	46
3.5.1.3 Uji Asumsi Klasik	47
3.5.1.4 Analisis Regresi Berganda	50

3.5.1.5	Uji <i>Goodness of Fit</i>	50
3.5.2	Analisis Kualitatif	53
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	54
4.1	Deskripsi Obyek Penelitian	54
4.1.1	Deskripsi Perusahaan	54
4.1.2	Deskripsi Produk	56
4.1.3	Deskripsi Responden	56
4.1.3.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Umur	57
4.1.3.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Umur dan Pendidikan Terakhir	68
4.1.3.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir dan Pekerjaan	59
4.1.3.4	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan dan Pengeluaran per Bulan	60
4.1.3.5	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan dan Sumber Informasi Keberadaan Kedai Digital 23 Semarang	61
4.1.3.6	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Tujuan Pemesanan <i>Merchandise</i>	62
4.1.3.7	Deskripsi Responden Berdasarkan Tujuan Pemesanan <i>Merchandise</i> dan Frekuensi Pemesanan	63
4.1.4	Analisis Indeks Jawaban Responden	64
4.1.4.1	Analisis Indeks Jawaban Responden tentang Kualitas Produk (X_1)	65
4.1.4.2	Analisis Indeks Jawaban Responden tentang Kualitas Pelayanan (X_2)	69
4.1.4.3	Analisis Indeks Jawaban Responden tentang Nilai Pelanggan (X_3)	72
4.1.4.4	Analisis Indeks Jawaban Responden tentang Kepuasan Pelanggan (Y)	76
4.2	Analisis Data	80
4.2.1	Uji Validitas	80
4.2.2	Uji Reliabilitas	81
4.2.3	Uji Asumsi Klasik	82
4.2.3.1	Uji Multikolinearitas	82
4.2.3.2	Uji Heteroskedastisitas	83
4.2.3.3	Uji Normalitas	84
4.2.4	Analisis Regresi Berganda	85
4.2.5	Uji <i>Goodness of Fit</i>	86
4.2.5.1	Koefisien Determinasi (R^2)	86
4.2.5.2	Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	87
4.2.5.3	Uji Parsial (Uji t)	88
4.3	Interpretasi Hasil	89

BAB V PENUTUP	93
5.1 Kesimpulan	93
5.1.1 Ringkasan Penelitian	93
5.1.2 Kesimpulan Mengenai Masing-masing Hipotesis ...	94
5.1.3 Kesimpulan Mengenai Masalah Penelitian	97
5.2 Keterbatasan	98
5.3 Saran dan Implikasi Manajerial	99
DAFTAR PUSTAKA	104
LAMPIRAN-LAMPIRAN	107

