

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	9
1.3. Tujuan Penelitian	10
1.4. Manfaat Penelitian	10
1.5. Sistematika Penulisan.....	11
BAB II TELAAH PUSTAKA	13
2.1. <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB)	13
2.2. Kepuasan Pelanggan	16
2.3. Estetika Produk (<i>Aesthetic</i>)	18
2.4. Komunikasi dari Mulut ke Mulut.....	22
2.5. Pengalaman Pelanggan.....	26
2.6. Kerangka Pemikiran.....	30
2.7. Hipotesis.....	30
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1. Variabel Penelitian	32
3.2. Populasi dan Sampel	34
3.3. Jenis dan Sumber Data.....	36
3.4. Metode Pengumpulan Data.....	37

3.5. Uji Kelayakan Kuesioner	38
3.5.1 Uji Semantik.....	38
3.5.1.1 Uji Semantik Indikator Variabel	38
3.5.1.2 Uji Semantik Indikator Hipotesis.....	42
3.5.2 Uji Statistik.....	47
3.5.2.1 Uji Validitas	48
3.5.2.2 Uji Reliabilitas	49
3.6. Teknik Analisis	50
3.6.1 Angka Indeks	51
3.6.2 Analisis Regresi Linear Berganda.....	52
3.6.2.1 Uji Asumsi Klasik	52
3.6.2.1.1 Uji Normalitas	53
3.6.2.1.2 Uji Multikolonieritas.....	54
3.6.2.1.3 Uji Heteroskedastisias.....	54
3.6.2.2 Uji Kelayakan Model	55
3.6.2.2.1 Koefisien Determinasi.....	55
3.6.2.2.2 Uji Stastitik F.....	55
3.7. Uji Hipotesis.....	56
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	58
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	58
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	58
4.1.2 Gambaran Umum Responden Penelitian	58
4.1.2.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
4.1.2.2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	59
4.1.2.3 Profil Responden Berdasarkan Profesi.....	60
4.1.2.4 Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran Rata-Rata Per Bulan	61
4.1.2.5 Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	61
4.2 Angka Indeks	62
4.2.1 Angka Indeks Variabel Estetika Produk	62
4.2.2 Angka Indeks Variabel Komunikasi dari Mulut Ke Mulut.....	63
4.2.3 Angka Indeks Variabel Pengalaman Pelanggan	64

4.2.4	Angka Indeks Variabel Kepuasan Pelanggan	65
4.3	Analisis Regresi Linear Berganda.....	65
4.3.1	Uji Asumsi Klasik.....	65
4.3.1.1	Uji Normalitas.....	65
4.3.1.2	Uji Multikolonieritas.....	67
4.3.1.3	Uji Heteroskedastisitas.....	68
4.3.2	Analisis Regresi Linier Berganda	69
4.3.3	Uji Koefisien Determinasi.....	71
4.3.4	Uji Kelayakan Model (Uji F).....	72
4.4	Uji Hipotesis.....	73
BAB V	PENUTUP.....	77
5.1	Kesimpulan Masalah Penelitian.....	77
5.2	Implikasi Teori.....	78
5.3	Implikasi Manajerial	82
5.4	Keterbatasan Penelitian.....	84
5.5	Saran Peneliti Mendatang	85
DAFTAR PUSTAKA	86

FEB UNDIP