



**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA
PENGUNAAN *SMARTPHONE* SAMSUNG
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS DIPONEGORO)**

Skripsi

Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan Pendidikan Strata 1

Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu

Politik Universitas Diponegoro

Penyusun

Andre Haryanto

14020216140078

DEPARTEMEN ADMINISTRASI BISNIS

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2021

SURAT PERNYATAAN
KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI)

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

1. Nama Lengkap : Andre Haryanto
2. Nomer Induk Mahasiswa : 14020216140078
3. Tempat / Tanggal Lahir : Semarang, 18 Agustus 1998
4. Jurusan / Program Studi : Administrasi Bisnis
5. Alamat : Jl Peterongan Raya no 96

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah (Skripsi) yang saya tulis berjudul:

Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Penggunaan *Smartphone* Samsung (Studi pada Mahasiswa Universitas Diponegoro)

Adalah benar - benar **Hasil Karya Ilmiah Tulisan Saya Sendiri**, bukan hasil karya ilmiah orang lain dan juga tidak mengandung plagiasi dari sumber informasi lainnya. Hal ini diperkuat dengan hasil uji kemiripan Turnitin yang kurang dari 20%. Apabila di kemudian hari ternyata karya ilmiah yang saya tulis itu terbukti bukan hasil karya ilmiah saya sendiri atau hasil plagiasi karya orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan hasil karya ilmiah saya dengan seluruh implikasinya, sebagai akibat kecurangan yang saya lakukan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar - benarnya dan dengan penuh kesadaran serta tanggung jawab.

Semarang, 10 Agustus 2021

Mengetahui,
Dosen Pembimbing



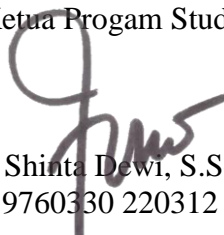
Widayanto, S.Sos., M.Si
NIP. 197207122005011002

Pembuat Pernyataan,



Andre Haryanto

Ketua Progam Studi



Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos, M.Si
NIP. 19760330 220312 2 001

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Penggunaan *Smartphone* Samsung (Studi pada Mahasiswa Universitas Diponegoro)


Nama Penyusun : Andre Haryanto

Departemen : S1 - Administrasi Bisnis

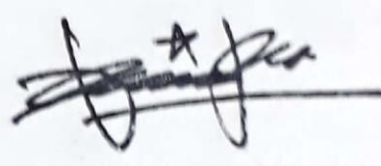
Semarang, 19 Agustus 2021

Dekan

Wakil Dekan I



Dr. Drs Hardi Warsono, MTP.
NIP.19640827 199001 1 001



Drs. Teguh Yuwono, M.Pol.Admin
NIP.19690822 199403 1 003

Dosen Pembimbing:

1. Widayanto, S.Sos., M.Si

(..... )

2. Robetmi Jumpakita Pinem S.AB., MBA.

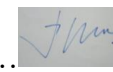
(..... )

Dosen Penguji Skripsi

1. Robetmi Jumpakita Pinem S.AB., MBA

(..... )

2. Dr. Hari Susanta Nugraha S.Sos., M.Si.

(..... )

3. Widayanto, S.Sos., M.Si

(..... )

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Hidup adalah sekolah terbaik, pengalaman adalah guru terbaik karena mereka memberikan kita pelajaran yang tidak pernah diajarkan”

PERSEMBAHAN

Atas berkat rahmat Allah SWT. Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua tercinta; Bapak Agus Haryanto dan Ibu Kunik Riyanti, dan adik saya yang senantiasa memberikan doa, dukungan, kepercayaan dan kasih sayang yang menjadi motivasi dan semangat bagi penulis serta untuk mengapresiasi diri sendiri, skripsi ini penulis persembahkan untuk Andre Haryanto yang telah mampu berjuang dan menyelesaikan skripsi.
2. Keluarga besar yang selalu memberikan doa, dukungan, dan kepercayaan.
3. Nurtiyah yang selalu memberikan dukungan serta doanya yang jauh disana, namun dekat lewat doa
4. Teman – teman seperbimbingan; Nugri, Ismi, dan Nadya yang telah saling membantu dan saling menyemangati
5. Teman – teman Administrasi Bisnis Angkatan 2016 yang telah menemani saya selama perkuliahan.
6. Teman – teman KSE UNDIP untuk segala pengalaman dan pembelajaran di dunia organisasi
7. Teman KKN Desa Ringinpitu, Kec. Tanggungharjo, Kab. Grobogan

**Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan
Pelanggan pada Penggunaan *Smartphone* Samsung (Studi pada Mahasiswa
Universitas Diponegoro)**

ABSTRAK

Penurunan *market share* dari *smartphone* Samsung dikarenakan kalahnya Samsung dengan pesaing *smartphone* Samsung dari segi hal harga serta kualitas produk yang ada pada *smartphone* Samsung. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan pada produk *smartphone* Samsung, mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan produk *smartphone* Samsung, mengetahui persepsi harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada produk *smartphone*. Tipe penelitian ini adalah explanatory research. Metode penelitian yang digunakan yaitu Teknik NonProbability Sampling dengan metode snowball sampling. Kuesioner dan googleform sebagai metode pengumpulan data. Pengolahan data SPSS 25.0. Sampel yang dikumpulkan sebanyak 97 responden pengguna *Smartphone* Samsung tipe M. Analisis data yang digunakan adalah uji korelasi, uji regresi linier sederhana, uji regresi linier berganda, uji t dan uji f.

Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa persepsi harga dan kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Saran yang diajukan dalam penelitian ini adalah *smartphone* Samsung menekan harga dan meningkatkan kualitas produk membuat konsumen memilih Samsung dan meningkatkan performa RAM, CPU, GPU, serta Storage

Kata Kunci: *Smartphone*; Persepsi Harga; Kualitas Produk; Kepuasan Pelanggan

**The Effect of Price Perception and Product Quality on Customer Satisfaction
on the Use of Samsung Smartphones (Study on Diponegoro University
Students)**

ABSTRACT

The decline in the market share of Samsung smartphone was due to the defeat of Samsung with Samsung smartphone competitors in terms of price and product quality on Samsung smartphones. The purpose of this study was to determine the effect of price perception on customer satisfaction on Samsung smartphone product, determine the effect of product quality on customer satisfaction of Samsung smartphone product, determine price perception and product quality in customer satisfaction on smartphone product. This type of research is explanatory research. The research method used is the Non-Probability Sampling technique with the snowball sampling method. By using a questionnaire and google form as data collection methods. Data processing using SPSS 25.0. The samples collected were 97 respondents who used Samsung smartphone type M. the data analysis used was correlation test, simple linier regression test, multiple linier regression test, t test and f test.

Based on the results of the analysis, it can be concluded the perception of price and product quality has a positive and significant effect on customer satisfaction. The suggestion put forward in this study is that Samsung smartphones reduce prices and improve product quality, making consumers choose Samsung and increasing the performance of RAM, CPU, GPU and Storage

Keywords: Smartphone; Price Perception; Product Quality; Customer Satisfaction

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas limpahkan berkat, rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik sebagai salah satu syarat untuk memenuhi pendidikan Strata 1 Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro.

Saya sadar bahwa penulisan skripsi dengan judul: **“Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Produk pada Penggunaan Smartphone Samsung (Studi pada Mahasiswa Universitas Diponegoro)”** ini tidak lepas dari adanya kerjasama dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan segenap kerendahan hati, pada kesempatan ini saya mengucapkan terima kasih kepada pihak – pihak yang telah membantu dan mendukung saya dalam proses penyelesaian penelitian ini.

Pada kesempatan ini, penulis juga ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah memberikan santunan, saran dan kritik serta doa sehingga penelitian ini dapat berjalan dengan lancar dan dapat diselesaikan dengan baik, khususnya kepada:

1. Dr. Drs. Hardi Warsono, MTP. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi
2. Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos, M.Si selaku Ketua Departemen Administrasi Bisnis yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi dan membantu selama masa perkuliahan
3. Widayanto, S.Sos, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dalam penyusunan skripsi ini
4. Robetmi Jumpakita Pinem S.AB., MBA. selaku dosen penguji yang telah memberikan kritikan dan saran yang membangun dalam penulisan skripsi
5. Dr. Hari Susanta Nugraha S.Sos., M.Si. selaku dosen wali penulis yang telah membantu penulis selama di masa perkuliahan

6. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, khususnya dosen departemen Administrasi Bisnis Undip yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama proses perkuliahan
7. Seluruh responden penelitian yang telah bersedia mengisi kuesioner yang penulis berikan
8. Serta berbagai pihak yang secara langsung maupun tidak secara langsung telah membantu dan tidak dapat penulis sebutkan satu persatu

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu kritik dan saran konstruktif sangat penulis harapkan guna tercapainya hasil yang bermanfaat bagi banyak pihak. Semoga skripsi ini memberikan manfaat nyata bagi kemajuan bersama

Semarang, 19 Agustus 2021

Penyusun



Andre Haryanto

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUTAN	i
SURAT PERNYATAAN	ii
KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI)	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Kegunaan Penelitian.....	7
1.5 Kerangka Teori.....	8
1.5.1 Manajemen Pemasaran.....	8
1.5.2 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	9
1.5.3 Produk	10
1.5.4 Kualitas Produk	11
1.5.5 Harga (<i>Price</i>).....	12
1.5.6 Penetapan Harga.....	12
1.5.7 Persepsi Harga	13
1.5.8 Perilaku Konsumen	14
1.5.9 Kepuasan Pelanggan	14
1.6 Penelitian Terdahulu	15
1.7 Pengembangan Hipotesis penelitian	18
1.7.1 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan	19
1.7.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan.....	20

1.7.3 Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan	21
1.8 Definisi Konsep.....	22
1.8.1 Persepsi Harga.....	22
1.8.2 Kualitas Produk	22
1.8.3 Kepuasan Pelanggan	22
1.9 Definisi Operasional.....	22
1.9.1 Persepsi Harga.....	22
1.9.2 Kualitas Produk	23
1.9.3 Kepuasan Pelanggan	23
1.10 Metode Penelitian.....	24
1.10.1 Jenis Penelitian	24
1.10.2 Populasi dan Sampel Penelitian	25
1.10.2.1 Populasi	25
1.10.2.2 Sampel.....	26
1.10.3 Jenis dan Sumber Data	27
1.10.3.1 Jenis Data	27
1.10.3.2 Sumber Data.....	27
1.10.4. Skala Pengukuran.....	28
1.10.5 Teknik Pengumpulan Data.....	28
1.10.6 Analisis Data	29
1.10.6.1 Uji Asumsi Klasik.....	29
1.10.6.2 Uji Validitas	31
1.10.6.3 Uji Reliabilitas	32
1.10.6.4 Koefisien Korelasi.....	32
1.10.6.5 Analisis Regresi Sederhana.....	33
1.10.6.6 Analisis Regresi Berganda	33
1.10.6.7 Uji T (Parsial).....	34
1.10.7 Uji F (Simultan)	36
BAB II GAMBARAN UMUM SAMSUNG DAN PROFIL PERUSAHAAN	39
2.1 Sejarah Perkembangan Samsung	39
2.2 Visi dan Misi	40
2.2.1. Visi	40
2.2.2. Misi	41

2.3 Logo Samsung.....	41
2.4 Perkembangan <i>Smartphone</i> Samsung	42
2.5 Identitas Responden	43
2.5.1 Identitas Responden Berdasarkan Usia	44
2.5.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
2.5.3 Responden Berdasarkan Fakultas.....	45
2.5.4 Responden Berdasarkan Angkatan Masuk UNDIP	46
2.5.5 Responden Berdasarkan Uang Saku	47
2.5.6 Responden Berdasarkan Lama Penggunaan	47
2.5.7 Identitas Responden Berdasarkan Tipe M yang Pernah Dibeli	48
2.5.8 Identitas Responden Berdasarkan Masalah yang Sering Dihadapi Produk Samsung.....	49
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	50
3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	50
3.1.1 Uji Validitas	51
3.1.2 Uji Reliabilitas	55
3.2 Analisis dan Interpretasi Hasil Penelitian	56
3.2.1 Persepsi Responden Terhadap Variabel Persepsi Harga.....	56
3.2.1.1 Tanggapan Responden Terhadap Informasi Mengenai <i>Smartphone</i> Samsung Memiliki Harga yang Terjangkau	56
3.2.1.2 Tanggapan Responden Terhadap Kesesuaian Harga dengan Kualitas yang Ada di dalam <i>Smartphone</i> Samsung	57
3.2.1.3 Tanggapan Responden Terhadap Informasi Mengenai Daya Saing Harga yang Tidak Kalah dengan Produk Lain.....	58
3.2.1.4 Tanggapan Responden Terhadap Informasi Mengenai Kesesuaian Harga Produk dengan Manfaat yang Ada Dalam <i>Smartphone</i> Samsung	59
3.2.1.5 Tanggapan Responden Terhadap Informasi Mengenai Harga yang Terjangkau dengan Kualitas yang Lebih Dari Produk Lain.....	59
3.2.1.6 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Variabel Persepsi Harga	60
3.2.2 Presepsi Responden Terhadap Kualitas Produk.....	62
3.2.2.1 Tanggapan Responden Terhadap Informasi Mengenai <i>Smartphone</i> Samsung Memiliki Performa RAM, CPU, GPU Serta Storage Sesuai dengan Keinginan	62
3.2.2.2 Tanggapan Responden Terhadap Informasi Mengenai <i>Smartphone</i> Samsung Memiliki <i>Features</i> yang Lengkap	63

3.2.2.3	Tanggapan Responden Terhadap Informasi Mengenai Keandalan dalam Ketahanan Baterai yang Tahan Lama	64
3.2.2.4	Tanggapan Responden Terhadap Informasi Mengenai Daya Tahan dari <i>Smartphone</i> Samsung pada Masa Penggunaan	64
3.2.2.5	Tanggapan Responden Terhadap Informasi Mengenai Bentuk <i>Smartphone</i> Samsung Memiliki Keindahan Estetika Dibandingkan <i>Smartphone</i> Lain.....	65
3.2.2.6	Tanggapan Responden Terhadap Informasi Mengenai Kemampuan Samsung dalam Menangkap Sinyal	66
3.2.2.7	Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk ...	67
3.2.3	Presepsi Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan	69
3.2.3.1	Tanggapan Responden Terhadap Informasi Mengenai Mutu Produk Sesuai dengan Harapan.....	69
3.2.3.2	Tanggapan Responden Terhadap Informasi Mengenai Ketahanan Layar Samsung Sudah Sesuai dengan Harapan.....	70
3.2.3.3	Tanggapan Responden Terhadap Informasi Mengenai Kelengkapan Fasilitas Fitur Sesuai Harapan.....	71
3.2.3.4	Tanggapan Responden Terhadap Informasi Mengenai Kemudahan Pemakaian Sesuai dengan Harapan Dibandingkan dengan Merek Lain.....	72
3.2.3.5	Tanggapan Responden Terhadap Informasi Mengenai Kecepatan dalam Pengisian Baterai Sesuai dengan Harapan	73
3.2.3.6	Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan	73
3.3	Uji Asumsi Klasik	75
3.3.1	Uji Normalitas	75
3.3.2	Uji Multikolinearitas	77
3.3.3	Uji Heteroskedastisitas	78
3.4	Analisis Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	79
3.4.1	Koefisien Korelasi Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	79
3.4.2	Koefisien Determinasi (R^2).....	80
3.4.3	Regresi Linier Sederhana	81
3.4.4	Uji t	83
3.5	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan	85
3.5.1	Koefisien Korelasi Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	85
3.5.2	Koefisien Determinasi (R^2).....	86
3.5.3	Regresi Linier Sederhana	87
3.5.4	Uji t	88

3.6 Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan	91
3.6.1 Koefisien Korelasi.....	91
3.6.2 Korelasi Determinasi (R^2).....	92
3.6.3 Regresi Linier Berganda	93
3.6.4 Uji F	95
3.7 Pembahasan.....	98
3.7.1 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (H_1)	98
3.7.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan (H_2)	99
3.7.3 Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan (H_3)	101
BAB IV PENUTUP	103
4.1 Kesimpulan	103
4.2 Saran.....	104
DAFTAR PUSTAKA	106
LAMPIRAN.....	110

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Market share <i>Smartphone</i> Indonesia 2020	4
Tabel 1.2 Top Brand Award Samsung.....	5
Table 1.3 Kajian Empiris	16
Tabel 1.4 Koefisien Korelasi.....	32
Tabel 2.1 Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	44
Tabel 2.2 Identitas Responden Berdasarkan Kelamin	45
Tabel 2.3 Identitas Responden Berdasarkan Fakultas.....	45
Tabel 2.4 Identitas Responden Berdasarkan Masuk UNDIP	46
Tabel 2.5 Identitas Responden Berdasarkan Uang Saku Per-Bulan	47
Tabel 2.6 Identitas Responden Berdasarkan Lama Penggunaan	48
Tabel 2.7 Identitas Responden Berdasarkan Tipe Samsung	48
Tabel 2.8 Identitas Responden Berdasarkan Masalah yang sering dihadapi Produk Samsung	49
Tabel 3.1 Uji Validitas Persepsi Harga	52
Tabel 3.2 Uji Validitas Kualitas Produk	53
Tabel 3.3 Uji Validitas Kepuasan Pelanggan.....	54
Tabel 3.4 Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas.....	55
Tabel 3.5 <i>Smartphone</i> Samsung Memiliki Harga yang Terjangkau	57
Tabel 3.6 Kesesuaian Harga Dengan Kualitas yang Ada didalam <i>Smartphone</i> Samsung	57
Tabel 3.7 Daya Saing Harga yang Tidak Kalah dengan Produk Lain	58
Tabel 3.8 Kesesuaian Harga Produk dengan Manfaat yang Ada Dalam <i>Smartphone</i> Samsung	59
Tabel 3.9 Harga yang Terjangkau dengan Kualitas yang Lebih Dari Produk Lain.....	60
Tabel 3.10 Rekapitulasi Jawaban Partisipan Perihal Variabel Persepsi Harga.....	61
Tabel 3.11 <i>Smartphone</i> Samsung Memiliki Performa RAM, CPU, GPU, serta Storage Sesuai dengan Keinginan.....	62
Tabel 3.12 <i>Smartphone</i> Samsung Memiliki Features yang Lengkap	63

Tabel 3.13 Keandalan dalam Ketahanan Baterai yang Tahan Lama	64
Tabel 3.14 Tanggapan Responden Terhadap Informasi Mengenai Daya Tahan Dari <i>Smartphone</i> Samsung Pada Masa Penggunaan.....	65
Tabel 3.15 Bentuk <i>Smartphone</i> Samsung Memiliki Keindahan Estetika Dibandingkan <i>Smartphone</i> Lain	66
Tabel 3.16 Kemampuan Samsung Dalam Menangkap Sinyal	67
Tabel 3.17 Rekapitulasi Jawaban Partisipan Perihal Variabel Kualitas Produk ..	68
Tabel 3.18 Mutu Produk Sesuai Dengan Harapan	69
Tabel 3.19 Ketahanan Layar Samsung Sudah Sesuai Dengan Harapan	70
Tabel 3.20 Kelengkapan Fasilitas Fitur Sesuai Harapan	71
Tabel 3.21 Kemudahan Pemakaian Sesuai Dengan Harapan Dibandingkan Dengan Merek lain	72
Tabel 3.22 Kecepatan Dalam Pengisian Baterai Sesuai Dengan Harapan.....	73
Tabel 3.23 Rekapitulasi Jawaban Partisipan Perihal Variabel Kepuasan Pelanggan	74
Tabel 3.24 Normalitas Data	75
Tabel 3.25 Tabel Uji Multikolinearitas	77
Tabel 3.26 Hasil Uji Korelasi Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan....	80
Tabel 3.27 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana	82
Tabel 3.28 Hasil Hasil Uji Korelasi Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	86
Tabel 3.29 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana	87
Tabel 3.30 Hasil Uji Koefisien Korelasi Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan.....	92
Tabel 3.31 Hasil Uji Regresi Linier Berganda Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan	93
Tabel 3.32 Hasil Perhitungan Uji F Antara Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan	95

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Model Hipotesis	19
Gambar 1.2 Kurva Hasil Uji T.....	35
Gambar 1.3 Kurva Uji F.....	37
Gambar 2.1 Logo Samsung.....	42
Gambar 3.1 Grafik Histogram	76
Gambar 3.2 Probability Plot Uji Normalitas	76
Gambar 3.3 Grafik Scatterplot Uji Heterokedastisitas	80
Gambar 3.4 Daerah Penerimaan dan Penolakan Uji T Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	84
Gambar 3.5 Daerah Penerimaan dan Penolakan Uji T Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan	90
Gambar 3.6 Kurva Hasil F	97