DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI v
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS vii
ABSTRAK ix
KATA PENGANTAR xiii
DAFTAR ISI xv
DAFTAR GAMBAR xviii
DAFTAR TABEL xx
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 6
1.3 Tujuan Penelitian 6
1.4 Manfaat Penelitian 6
1.5 Batasan penelitian 7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA 9
2.1 Landasan Teori 9
2.1.1 Kualitas Produk 9
2.1.1.1 Hubungan Kualitas Produk dengan Kepuasan Konsumen 9
2.1.1.2 Mutu Kualitas Produk 10
2.1.1.3 Indikator Kualitas Produk 10
2.1.2 Pelayanan 11
2.1.2.1 Teori Kualitas Pelayanan 12
2.1.2.2 Faktor dalam menyempurnakan Kualitas Pelayanan 13
2.1.2.3 Indikator Kualitas Pelayanan 13
2.1.3 *Brand* 14
2.1.3.1 *Brand Image* 14
2.1.3.2 Tingkatan dalam *Brand Image* 15
2.1.3.3 Faktor yang mempengaruhi pembentukan *Brand Image* 15
2.1.3.4.Indikator *Brand Image* 16

2.1.4 Kepuasan Konsumen 17
2.1.4.1 Teknik pengukuran kepuasan konsumen 18
2.1.4.2 Faktor yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen 19
2.1.4.3 Indikator Kepuasan Konsumen 19
2.2 Hasil penelitian acuan 20
2.3 Kerangka Berfikir 22
2.4 Hipotesis 23
BAB III METODE PENELITIAN 25
3.1 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel 25
3.1.1 Populasi 25
3.1.2 Metode Penentuan Sampel 25
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian 26
3.3 Data Penelitian 26
3.3.1 Jenis dan Sumberdata 26
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data 27
3.4Variabel Penelitian 28
3.4.1 Variabel Penelitian 28
3.4.2 Definisi Variabel 29
3.4.3 Uji Coba Instrumen 32
3.4.3.1 Uji Validitas 32
3.4.3.2 Uji Reliabilitas 32
3.5 Metode Analisis Data 33
3.5.1 Statistik Deskriptif 33
3.5.2 Pengujian Asumsi Klasik 33
3.5.2.1 Uji Normalitas 33
3.5.2.2Uji Multikolinearitas 34
3.5.2.3 Uji Heterokedastisitas 35
3.5.3 Analisis Regresi Berganda 35
3.6 Uji Hipotesis 36
3.6.1 Uji Koefisien Regresi secara persial (Uji t) 36
3.6.2 Koefisien Determinasi 37
BAB IV PEMBAHASAN 39
4.1 Gambran Umum Perusahaan 39

4.1.1 Profil UD Jepara Indah 39
4.1.2 Deskripsi Objek Penelitian 40
4.2 Karakteristik Responden 40
4.2.1 Usia Responden 41
4.2.2 Alamat Responden 41
4.2.3 Jenis Kelamin Responden 42
4.3 Diskripsi Variabel Penelitian 43
4.3.1 Variabel Karakteristik Kualitas Produk (X1) 43
4.3.2 Variabel Karakteristik Pelayanan (X2) 44
4.3.3 Variabel Karakteristik *Brand Image* (X3) 46
4.3.4 Variabel Karakteristik Kepuasan Konsumen (Y) 47
4.4 Hasil Pengujian Instrumen 48
4.4.1 Uji Validitas 48
4.4.2 Uji Reliabilitas 49
4.5 Analisis Data 50
4.5.1 Asumsi Klasik 50
4.5.1.1 Uji Normalitas 51
4.5.1.2 Uji Multikolinearitas 53
4.5.1.3 Heterokedastisitas 54
4.5.2 Analisis Regresi Berganda 54
4.6 Uji Hipotesis 56
4.6.1 Uji Koefisien Regresi secara persial (Uji t) 57
4.6.2 Koefisien Determinasi 58
4.7 Pebahasan 59
4.7.1 Kualitas Produk (X_1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) 59
4.7.2 Pelayanan (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) 60
4.7.3 *Brand Image* (X_3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) 61
BAB V PENUTUP 63
5.1 Kesimpulan 63
5.2 Rekomendasi 64
DAFTAR PUSTAKA 67
LAMPIRAN 1 75
LAMPIRAN 2 81

LAMPIRAN 3 85
LAMPIRAN 4 91
BIODATA PENULIS.....95