

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR JUDUL	
LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRACT	iii
ABSTRAK	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
 BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Masalah.....	4
D. Kegunaan Penelitian	4
 BAB II : KERANGKA TEORI	
A. Landasan Teori	
1. Kualitas Produk.....	6
a. Pengertian Kualitas Produk	6
b. Tingkatan Produk.....	8
c. Dimensi Kualitas Produk.....	10
2. Kualitas Pelayanan.....	11
a. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	11
b. Karakteristik Pelayanan.....	12
c. Dimensi Kualitas Pelayanan	13

3. Kepuasan Pelanggan	13
a. Pengertian Kepuasan Pelanggan	13
b. Yang Diinginkan Pelanggan	17
c. Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	23
d. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan .	26
e. Indikator Kepuasan Pelanggan	28
4. Pemasaran Online (E-Commerce)	30
a. Pengertian E-Commerce	30
b. Praktik Pemasaran <i>E-Commerce</i>	31
c. Tipe Transaksi Online.....	32
d. <i>E-Commerce</i> dalam perspektif Islam.....	33
e. Rukun dan Syarat <i>E-Commerce</i>	34
f. Dasar Hukum Transaksi jual beli Salam.....	35
B. Penelitian Terdahulu	36
C. Kerangka Pemikiran.....	36
D. Hipotesis	41

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian	42
B. Operasional Variabel	42
C. Populasi dan Sampel.....	44
D. Tehnik Pengumpulan Data.....	45
E. Instrumen Penelitian	46
F. Uji Persyaratan Analisis Data	48
G. Teknik Analisis Data.....	51
H. Tempat dan Jadwal	58

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Kondisi Obyek Lokasi Penelitian	60
1. Sejarah Perusahaan Mukena Yumna	60
2. Informasi Produk Mukena Yumna	60
3. Visi dan Misi.....	61

4. Struktur Organisasi	62
B. Analisis Data	63
1. Uji Instrumen	63
a. Uji Validitas Penelitian	63
b. Uji Reliabilitas Penelitian	66
2. Uji Persyaratan Analisis.....	69
a. Uji Asumsi Dasar	69
b. Uji Asumsi Klasik.....	71
3. Deskriptif Data Penelitian.....	73
a. Kualitas Produk Mukena Yumna.....	73
b. Kualitas Pelayanan Mukena Yumna.....	75
c. Kepuasan Pelanggan Online Mukena Yumna	76
4. Analisis Korelasi dan Regresi untuk Uji Hipotesis	78
a. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Online	78
b. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Online	82
c. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Online	85
C. Pembahasan Hasil Penelitian	88
1. Pengaruh Kualitas Produksi Terhadap Kepuasan Pelanggan Online di Perusahaan Mukena Yumna Tasikmalaya	88
2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Online di Perusahaan Mukena Yumna Tasikmalaya	89
3. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Online di Perusahaan Mukena Yumna Tasikmalaya	91

BAB V : PENUTUP

A. Simpulan	93
B. Saran	93

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN – LAMPIRAN

BIODATA PENULIS

DAFTAR TABEL

	Halaman
1.1 Data Penjualan Mukena tahun 2016 - 2017	3
3.1 Operasional Variabel Kualitas Produk.....	43
3.2 Operasional Variabel Kualitas Pelayanan.....	44
3.3 Operasional Variabel Kepuasan Pelanggan Online	44
3.4 Kisi – Kisi Instrumen	46
3.5 Interpretasi Variabel Kualitas Produk (X_1).....	53
3.6 Interpretasi Variabel Kualitas Pelayanan (X_2).....	53
3.7 Interpretasi Variabel Kepuasan Pelanggan Online (Y).....	53
3.8 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi	55
3.9 Jadwal Penelitian	59
4.1 Uji Validitas Instrumen Kualitas Produk (X_1).....	63
4.2 Uji Validitas Instrumen Kualitas Pelayanan (X_2)	64
4.3 Uji Validitas Instrumen Kepuasan Pelanggan Online (Y).....	65
4.4 Uji Reliabilitas Instrumen Kualitas Produk (X_1)	66
4.5 Uji Reliabilitas Instrumen Kualitas Pelayanan (X_2)	67
4.6 Uji Reliabilitas Instrumen Kepuasan Pelanggan Online (Y)	68
4.7 Hasil Uji Normalitas Data.....	69
4.8 Linieritas Kualitas Produk (X_1)	70
4.9 Linieritas Kualitas Pelayanan (X_2).....	70
4.10 Uji Multikolinieritas.....	71
4.11 Hasil Uji Autokorelasi	73
4.12 Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Produk (X_1)	74
4.13 Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan (X_2).....	75
4.14 Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan Pelanggan Online (Y) ...	77
4.15 Korelasi <i>Product Moment</i> Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Online	79
4.16 Koefisien Determinasi R Square (R) Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Online	80
4.17 Regresi Sederhana Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Online	80

4.18 Uji t Variabel Kualitas Produk.....	81
4.19 Korelasi <i>Product Moment</i> Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Online	82
4.20 Koefisien Determinasi R square (R) Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Online	83
4.21 Regresi Sederhana Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Online	83
4.22 Uji t Variabel Kualitas Pelayanan.....	84
4.23 Korelasi Berganda.....	85
4.24 Regresi Berganda	86
4.25 Uji F	87

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Tingkatan Produk.....	9
2.2 Paradigma Penelitian.....	40
4.1 Struktur Organisasi Perusahaan Mukena Yumna.....	62
4.2 Pola Gambar Scatterplot.....	72
4.3 Histogram Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Produk (X_1).....	74
4.4 Histogram Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan (X_2).....	76
4.5 Histogram Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan Pelanggan Online (Y)	78