

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

PERNYATAAN	i
ABSTRACT	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1.Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasi Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Kegunaan Hasil Penelitian	8
1.5. Lokasi dan Jadwal Penelitian	9
1.5.1. Lokasi Penelitian	9
1.5.2. Jadwal Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	10
2.1. Tinjauan Pustaka	10
2.1.1. Kepuasan Pelanggan	10
2.1.1.1. Definisi Kepuasan Pelanggan	10
2.1.1.2. Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	11
2.1.1.3. Indikator Kepuasan Pelanggan	12
2.1.1.4. Faktor yang Menentukan Tingkat Kepuasan Pelanggan	13

2.1.2. Harga	13
2.1.2.1. Definisi Harga.....	13
2.1.2.2. Peranan Harga.....	14
2.1.2.3. Metode Penetapan Harga	15
2.1.2.4. Tujuan Penetapan Harga.....	16
2.1.2.5. Indikator Harga.....	17
2.1.2.6. Faktor yang Mempengaruhi Penetapan Harga	18
2.1.3. Kualitas Produk.....	21
2.1.3.1. Definisi Kualitas Produk.....	21
2.1.3.2. Indikator Kualitas Produk.....	22
2.1.3.3. Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk.....	23
2.1.4. Kualitas Pelayanan	26
2.1.4.1. Definisi Kualitas Pelayanan.....	26
2.1.4.2. Dimensi Kualitas Pelayanan	28
2.1.4.3. Indikator Kualitas Pelayanan.....	29
2.1.4.4. Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan.....	30
2.1.5. Label Halal	31
2.1.5.1. Definisi Label Halal.....	31
2.1.5.2. Standar Halal	32
2.1.5.3. Indikator Label Halal	32
2.1.5.4. Faktor yang Mempengaruhi Label Halal	33
2.2. Penelitian Terdahulu	35
2.3. Kerangka Pemikiran.....	39

2.3.1. Hubungan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	40
2.3.2. Hubungan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	40
2.3.3. Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	41
2.3.4. Hubungan Label Halal Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	41
2.4. Hipotesis.....	42
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN.....	43
3.1. Objek Penelitian	43
3.2. Metode Penelitian.....	43
3.2.1. Operasionalisasi Variabel.....	43
3.2.2. Teknik Pengumpulan Data	46
3.2.2.1. Jenis Data.....	46
3.2.2.2. Populasi.....	46
3.2.2.3. Sampel	47
3.2.2.4. Prosedur Pengumpulan Data.....	48
3.2.2.5. Pengolahan Data	48
3.3. Model Penelitian	49
3.4. Pengujian Instrumen Penelitian.....	50
3.4.1. Instrumen Penelitian.....	50
3.4.2. Nilai Jenjang Interval	50
3.5. Teknik Analisis Data.....	51
3.5.1. Analisis Regresi Berganda	51
3.5.2. Uji Validitas	51
3.5.3. Uji Reliabilitas.....	52

3.5.4. <i>Method of Successive Interval</i> (MSI).....	52
3.5.5. Uji Asumsi Klasik	53
3.5.5.1. Uji Normalitas	53
3.5.5.2. Uji Multikolinearitas.....	54
3.5.5.3. Uji Heteroskedastisitas	55
3.5.6. Uji Hipotesis.....	55
3.5.6.1. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)	55
3.5.6.2. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	56
3.5.6.3. Koefisien Determinasi (R^2).....	57
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	58
4.1. Hasil Penelitian	58
4.1.1. Karakteristik Responden.....	58
4.1.2. Pengujian Instrumen Penelitian.....	61
4.1.2.1. Nilai Jenjang Interval (NJI)	61
4.1.2.2. Uji Validitas	70
4.1.2.3. Uji Reliabilitas	72
4.1.2.4. Uji Asumsi Klasik.....	73
4.1.2.5. Analisis Regresi Berganda.....	75
4.1.2.6. Uji Hipotesis	76
4.2. Pembahasan.....	79
4.2.1. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Lazatto di Kota Tasikmalaya.....	79
4.2.2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Lazatto di Kota Tasikmalaya	80

4.2.3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Lazatto di Kota Tasikmalaya	81
4.2.4. Pengaruh Label Halal Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Lazatto di Kota Tasikmalaya	82
4.2.5. Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Label Halal Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Lazatto di Kota Tasikmalaya.....	83
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	84
5.1. Simpulan	84
5.2. Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA	86

DAFTAR TABEL

1.1 Jumlah dan Persentase Penduduk Menurut Agama yang Dianut Pada Tahun 2010	6
2.1 Penelitian Terdahulu	35
3.1 Operasionalisasi Variabel.....	44
3.2 Skala <i>Likert</i>	50
3.3 Klasifikasi Penilaian untuk Setiap Indikator Variabel Independen (X ₁ , X ₂ , X ₃ , X ₄) dan Variabel Dependen (Y).....	51
4.1 Penilaian Indikator Harga	61
4.2 Klasifikasi Variabel Harga.....	62
4.3 Penilaian Indikator Kualitas Produk	63
4.4 Klasifikasi Variabel Kualitas Produk.....	64
4.5 Penilaian Indikator Kualitas Pelayanan	64
4.6 Klasifikasi Variabel Kualitas Pelayanan	66
4.7 Penilaian Indikator Label Halal	67
4.8 Klasifikasi Variabel Label Halal.....	68
4.9 Penilaian Indikator Kepuasan Pelanggan.....	68
4.10 Klasifikasi Variabel Kepuasan Pelanggan	69
4.11 Hasil Uji Validitas Harga (X ₁)	70

4.12 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X_2).....	70
4.13 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X_3)	71
4.14 Hasil Uji Validitas Label Halal (X_4)	71
4.15 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y).....	72
4.16 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian	72
4.17 Hasil Uji Normalitas Variabel Penelitian.....	73
4.18 Hasil Uji Multikolinearitas Variabel Penelitian	74
4.19 Hasil Uji Heteroskedastisitas Variabel Penelitian.....	75
4.20 Hasil Analisis Regresi Berganda.....	75
4.21 Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t).....	76
4.22 Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	78
4.23 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	78

DAFTAR GAMBAR

1.1 Alasan konsumen membeli <i>fast food</i>	3
2.1 Kerangka Pemikiran.....	42
4.1 Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
4.2 Persentase Responden Berdasarkan Usia.....	60
4.3 Persentase Responden Berdasarkan Responden yang Telah Membeli Produk Lazatto.....	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Jadwal Penelitian	91
Lampiran 2 Kuesioner.....	92
Lampiran 3 Data Hasil Kuesioner (Data Ordinal)	96
Lampiran 4 Data Hasil <i>Method of Successive Interval</i> (Data Interval)	108
Lampiran 5 Output Uji Validitas	125
Lampiran 6 Output Uji Reliabilitas.....	131
Lampiran 7 Output Uji Asumsi Klasik	132
Lampiran 8 Output Analisis Regresi Berganda	133
Lampiran 9 Uji Hipotesis	134
Lampiran 10 Lembar Pengesahan Skripsi	135
Lampiran 11 Daftar Riwayat Hidup.....	136