

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
MOTTO	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
RINGKESAN.....	ix
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Kegunaan.....	6
1.4.1. Kegunaan Teoritis	6
1.4.2. Kegunaan Praktis	7
1.5. Lokasi dan Lama Penelitian	7
1.5.1. Lokasi Penelitian.....	7
1.5.2. Lama Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERFIKIR.....	9
2.1. Administrasi Bisnis	9
2.1.1. Pengertian Administrasi	9
2.1.2. Pengertian Bisnis.....	9
2.1.3. Administrasi Bisnis	10
2.2. Pengertian Pemasaran	11
2.2.1. Pengertian Manajemen Pemasaran	12
2.2.2. Tujuan Manajemen Pemasaran	13

2.3.	Pengertian Bauran Pemasaran.....	13
2.3.1.	Unsur-unsur Bauran Pemasaran.....	14
2.4.	Kualitas Produk.....	14
2.4.1.	Pengertian Kualitas	14
2.4.2.	Dimensi Kualitas Produk	15
2.4.3.	Indikator Kualitas Produk	15
2.5.	Kepuasan Konsumen.....	16
2.5.1.	Pengertian Kepuasan Konsumen.....	16
2.5.2.	Dimensi Kepuasan Konsumen	16
2.5.3.	Indikator Dalam Menentukan Tingkat Kepuasan Konsumen	17
2.6.	Hubungan Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen	17
2.7.	Penelitian Terdahulu	18
2.8.	Kerangka Pemikiran dan Hipotesis.....	19
2.8.1.	Kerangka Pemikiran.....	19
2.8.2.	Hipotesis.....	22
BAB III METODE DAN OBJEK PENELITIAN		24
3.1.	Metode Penelitian.....	24
3.1.1.	Paradigma Penelitian.....	24
3.1.2.	Metode Penelitian yang digunakan	25
3.1.3.	Variabel Penelitian dan Operasionalisasi Variabel	25
3.2.	Teknik Pengumpulan Data	28
3.3.	Teknik Analisis Data.....	32
3.3.1.	Uji Validitas Instrumen	32
3.3.2.	Uji Reabilitas Instrumen	34
3.3.3.	Regresi Linier Sederhana	34
3.3.4.	Analisis korelasi Rank Spearman (rs)	35
3.3.5.	Uji Koefisien Determinasi.....	36
3.3.6.	Uji Hipotesis.....	37
BAB IV HASIL PENELITIAN.....		39
4.1.	Gambaran Umum Perusahaan.....	39
4.1.1.	Visi dan Misi Perusahaan.....	40
4.1.2.	Struktur Organisasi.....	41

4.1.3.	Job Description.....	41
4.2.	Gambaran Kualitas Produk di PD Rivan	43
4.2.1.	Performance	44
4.2.2.	Feature Product	48
4.2.3.	Kesesuaian dengan sertifikasi	51
4.2.4.	Keandalan.....	55
4.2.5.	Daya Tahan	57
4.2.6.	Kemampuan diperbaiki	60
4.2.7.	Analisis Skor Variabel Kualitas Produk	63
4.3.	Kepuasan Konsumen PD. Rivan	66
4.3.1.	Kualitas Produk.....	67
4.3.2.	Kualitas Pelayanan	71
4.3.3.	Emosional.....	76
4.3.4.	Harga	80
4.3.5.	Efisiensi Biaya.....	84
4.3.6.	Analisis Skor Variabel Kepuasan Konsumen	86
4.4.	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen	89
4.4.1.	Uji Instrumen Penelitian	89
4.4.2.	Teknik Analisis Data.....	94
4.5	Hambatan yang perlu diperhatikan	100
4.5.	Upaya yang perlu diperhatikan	100
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		102
5.1.	KESIMPULAN	102
5.2.	SARAN	105
5.2.1	Saran Untuk Perusahaan	105
5.2.2	Saran Untuk Peneliti Selanjutnya.....	106
DAFTAR PUSTAKA		107