

SKRIPSI

PENGARUH HARGA, KUALITAS LAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA OUTLET BY COFFEE DI KAZA CITY MALL SURABAYA



Oleh :

RIDKA FATHATIN ADHIYAH

NBI : 211307659

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2017**

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Nama : **RIDKA FATHATIN ADHIYAH**
N. B. I : **211307659**
Program Studi : **MANAJEMEN**
Judul Skripsi : **PENGARUH HARGA, KUALITAS LAYANAN DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA
OUTLET BY COFFEE DI KAZA CITY MALL SURABAYA**

Surabaya, *09 Juli* 2017

Mengetahui/Menyetujui

Pembimbing,



Drs. Ec. Hari Poernomo, MM.

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada tanggal : **09 Agustus 2017**

TIM PENGUJI :

TANDA TANGAN

Drs. Ec. Hari Poernomo, MM.

- Ketua

: 

Dra. Ec. Ulfi Pristiana, M.Si

- Anggota

: 

I A Nuh Kartini, SE, MM.

- Anggota

: 

Mengesahkan

Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Dekan,

Dr. Sigit Sardjono, M.Ec

===== S K R I P S I =====

**PENGARUH HARGA, KUALITAS LAYANAN, DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA OUTLET BY COFFEE DI KAZA
CITY MALL SURABAYA**



Oleh :
Ridka Fathatin Adhiyah
211307659

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2017

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Guna
Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi
Prodi Manajemen

Oleh :

Ridka Fathatin Adhiyah

NBI : 211307659

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2017

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Ridka Fathatin Adhiyah

NBI : 211307659

Prodi : Manajemen

Judul Skripsi : PENGARUH HARGA, KUALITAS LAYANAN, DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA OUTLET BY COFFEE DI KAPAS
KRAMPUNG PLAZA (KAZA) SURABAYA

Surabaya, 21 Juli 2017
Mengetahui/Menyetujui
Pembimbing,

Dra. Ec. Hari Poernomo, MM.

SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT

Yang Bertanda Tangan dibawah ini :

Nama : RIDKA FATHATIN ADHIYAH
Agama : ISLAM
Alamat : DSN. ENTAL SEWU RT 11 RW 03 BUDURAN –
SIDOARJO

Dengan ini menyatakan Skripsi yang berjudul :

PENGARUH HARGA, KUALITAS LAYANAN, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA OUTLET BY COFFEE DI
KAPAS KRAMPUNG PLAZA (KAZA) SURABAYA

Adalah hasil kerja Tulisan saya sendiri bukan hasil plagiat dari Karya Tulis Ilmiah orang lain baik berupa Artikel; Skripsi; Thesis ataupun Disertasi.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika di kemudian hari ternyata terbukti bahwa Skripsi yang kami tulis adalah hasil Plagiat maka kami bersedia menerima sanksi. Dan saya bertanggung jawab secara mandiri tidak ada sangkut pautnya dengan Dosen Pembimbing dan Kelembagaan Fak Ekonomi Untag Surabaya.

Surabaya, 31 Juli 2017

Yang Membuat

(RIDKA FATHATIN A)

MOTTO

“keajaiban adalah nama lain dari kerja keras”

“orang sukses tidak harus orang pintar tapi orang sukses adalah orang yang tak pernah takut dengan kerja keras yang harus dilaluinya”

“sebenarnya sebagian besar dari kesakitan yang kau rasakan adalah hasil dari pemikiran imajinatif mu, maka jangan memilih berfikir sakitnya tetapi bertekatlah sanggup menghadapi”

“malam paling mengerikan adalah malam sebelum pagi” – bts *Tomorrow

“tidak ada kegelapan, kesulitan, penderitaan, kemalangan dan keterpurukan yang akan berlangsung selamanya” – bts *spring day

“akan banyak sekali hal didunia ini yang akan kau benci, kau tak suka dan tidak membuatmu bahagia.. kau hanya harus belajar untuk memaafkan”

“kehidupan akan membuat mu memilih suatu jalan yang harus kamu lalui, ketahuilah tak ada jalan yang mudah, cepat dan bahagia saja.. semua menyulitkan, penuh air mata dan perjuangan.. pilihlah jalan yang hari ini paling kau senangi.. paling tidak itu akan membuatmu menjadi ringan melangkah”

“jangan ingin membalas kejahatan orang dengan hal yang sama seperti mereka, karena orang berkualitas rendah bersikap rendah.. kau lebih baik dari mereka”

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan rasa puji syukur kepada Allah SWT atas Ridho dan petunjuk-Nya, dapat menyelesaikan skripsi dengan judul : PENGARUH HARGA, KUALITAS LAYANAN, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA OUTLET BY COFFEE DI KAPAS KRAMPUNG PLAZA (KAZA) SURABAYA.

Penelitian ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Jurusan Manajemen.

Dengan berhasilnya peneliti menyusun skripsi ini, tidak terlepas dari bantuan semua pihak, oleh karena itu peneliti menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya atas bantuan dan bimbingannya kepada :

1. Ibu Prof. Dr. drg. Hj. Ida Aju Brahmasari, Dipl.DHE, MPA, selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
2. Bapak Dr. Sigit Sardjono, MS, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Ibu, Drs. Ec. I.A. Sri Brahmajanti, MM, selaku Ketua Prodi Manajemen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Bapak Dra. Ec. Hari Poernomo, MM., selaku dosen pembimbing, yang sangat sabar, telaten dan penuh pengertian kepada saya. Memberi banyak pengarahan, petunjuk serta bimbingan sehingga terselesaikannya skripsi ini.

5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah banyak memberi bekal ilmu selama dibangku perkuliahan, dan yang sedikit banyak memberikan gambaran jelas tentang skripsi dan sangat membantu sekali.
6. Kedua orang tua saya yang saya banggakan terima kasih karena kesabaran dan semangatnya, serta terimakasih telah sangat pengertian terhadap sikap buruk karena stres selama skripsi dan adik laki-laki saya yang selalu memberikan semangat dan do'a dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Untuk teman sekaligus kakak (mbak Latifa nurlaela) yang mendorong saya cepat mengerjakan skripsi, menemani mencari data dan membantu banyak sekali di skripsi saya terimakasih sekali. Dan teman-teman Rumah Sakit UNAIR (Nikmah, Nur, Okta, Emi, lek hudi, Pras, Agus, Andi, Yanis, mbk Riska, Endah, Resi, mbk Dina, umi Dita, mbk Silvi, lek Ali, lek Rian, mbk Be, mak Ratih, Bagas, dan bos besar om Niko) yang memberi motivasi setiap hari.
8. Untuk teman-teman saya (Nia, Leli) yang sama menjalani skripsi juga, yang selalu memberikan banyak masukan dan bantuan dalam berbagai hal. Yang banyak sekali membantu saya dan sering tertawa bersama teman dari semester awal kuliah sahabat seperjuangan saya Hernys Ella Titasari terima kasih.
9. Untuk teman sebangku, sahabat, soulmate saya (Nadhifa Rahma SP.d) sedikit banyak memotivasi agar tidak menyelesaikan skripsi ini terlalu lama dan banyak membantu dalam pengerjaan skripsi ini.

10. Untuk teman saya Husnul Khotimah yang selalu memberikan dorongan bantuan dan motivasi selama perkuliahan dan selama penyelesaian skripsi ini.
11. Untuk teman teman KKN desa pranti, arek iku-iku ae grup whatapp yang sedang berjuang wisuda bersama-sama (novi eka, imo amira, inces maria, bapak ryan, ketua kwu tefendi, ahjushi hanhan, riwik dan adek alfi)
12. Dan untuk saya sendiri terimakasih karena tidak menyerah

Pada akhirnya peneliti memohon maaf bila dalam penelitian ini terdapat banyak kesalahan maupun kekurangannya, sehingga penelitian ini sangat membutuhkan adanya saran dan kritik. Dan dengan segala kerendahan hati semoga penelitian ini dapat bermanfaat dan menambah wawasan bagi kita semua.

Surabaya, 21 Juli 2017

Peneliti

ABSTRACT

The number of culinary businesses that do not make a lot of competition among culinary business with each other is very competitive and must have its own competitive advantage in order to win the market. One way to win the market is by maintaining the satisfaction of consumers who have entrusted or bought our product. According to Thamrin and Francis (2015: 38) satisfaction is the level of one's feelings after comparing the performance of the product (or outcome) that he feels with his expectations. So the level of satisfaction is a function of the difference between perceived performance and expectations. Variables used to measure consumer satisfaction are price, service quality and product quality.

Source Data used in this study is the primary data obtained to spread questionnaires and interviews to consumers Outlet By Coffee at Kaza City Mall in Surabaya with many respondents 90 people, taking data using Accident purposive sampling. With a long data retrieval for 1 month.

Statistical analysis used is multiple linear regression analysis. And hypothesis testing that is T test (partial) and F test (simultan). The result of the test shows that the variable of Price, Quality of Service and Product Quality have significant and positive influence, and influence simultaneously together with Fcount (95,663) > Ftable (2,71) which means H_a received Value sig = 0% With α 5% is smaller and partial (alone) with Thitung ($X_1 = 2,945$, $X_2 = 3,690$, $X_3 = 9,707$) > Ttable (1,98793) which means H_0 is rejected and H_i accepted. The sig value. ($X_1 = 4\%$, $X_2 = 0\%$, $X_3 = 0\%$) compared with $\alpha = 5\%$ is smaller. Variable of product quality have Thitung bigger than other variable that is equal to 9,707. Which means has the most dominant influence on consumer satisfaction

Keywords: *business, price, customer satisfaction, service quality, culinary, product quality.*

RINGKASAN

Jumlah bisnis kuliner yang tidak sedikit membuat persaingan di antara bisnis kuliner yang satu dengan lainnya sangat kompetitif dan harus punya keunggulan kompetitif tersendiri agar bisa memenangkan pasar. Salah satu cara memenangkan pasar adalah dengan mempertahankan kepuasan konsumen yang telah mempercayakan atau membeli produk kita. Menurut Thamrin dan Francis (2015:38) kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk (atau hasil) yang ia rasakan dengan harapannya. Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dan harapan. Variabel yang digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen adalah harga, kualitas layanan dan kualitas produk.

Sumber Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang didapat menyebar kuisioner dan wawancara kepada konsumen Outlet By Coffee di Kaza City Mall di Surabaya dengan banyak responden 90 orang, pengambilan data menggunakan *Accident purposive sampling*. Dengan lama pengambilan data selama 1 bulan.

Analisis statistik yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Dan pengujian hipotesis yaitu uji T (parsial) dan uji F (simultan). Hasil dari uji tersebut menunjukkan bahwa variabel Harga, Kualitas Layanan dan Kualitas Produk berpengaruh signifikan dan positif, dan berpengaruh secara simultan (bersama-sama) dengan $F_{hitung} (95,663) > F_{tabel} (2,71)$ yang artinya H_a diterima Nilai sig = 0% dibandingkan dengan α 5% adalah lebih kecil dan parsial (sendiri-sendiri) dengan $T_{hitung} (X_1 = 2,945, X_2 = 3,690, X_3 = 9,707) > T_{tabel} (1,98793)$ yang artinya H_0 ditolak dan H_i diterima. Nilai sig. ($X_1 = 4\%$, $X_2 = 0\%$, $X_3 = 0\%$) dibandingkan dengan $\alpha = 5\%$ adalah lebih kecil. variabel kualitas produk mempunyai Thitung lebih besar dibandingkan variabel yang lain yaitu sebesar 9,707. Yang berarti mempunyai pengaruh paling dominan terhadap kepuasan konsumen

Kata kunci : *bisnis, kuliner, harga, kualitas layanan, kualitas produk, kepuasan konsumen.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT	iii
HALAMAN MOTTO.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRACT.....	viii
RINGKASAN.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR BAGAN.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.	8
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	8
2.1.2 Definisi Pemasaran Produk dan Jasa.....	10
2.1.2.1 Pemasaran Produk.....	10
2.1.2.1.1 Atribut Produk.....	11
	12
2.1.2.1.2 Tingkatan Produk.....	13
2.1.2.2 Pemasaran Jasa.....	13
2.1.3 Manajemen Pemasaran.....	14
2.1.3.1 Produk.....	16
2.1.3.2 Jasa.....	20
2.1.4 Konsep Pemasaran.....	21
2.1.5 Kepuasan Konsumen.....	23
2.1.6 Mengukur Kepuasan Konsumen.....	25
2.1.7 Indikator Kepuasan Konsumen.....	25
2.1.8 Harga.....	25
2.1.8.1 Pengertian Harga.....	26
2.1.8.2 Fungsi Harga.....	26
2.1.8.3 Jenis-Jenis Harga.....	27
2.1.9 Kualitas.....	27
2.1.9.1 Pengertian Kualitas.....	29
2.1.9.2 Kualitas Layanan.....	31

2.1.9.3 Kualitas Produk.....	33
2.2 Penelitian Terdahulu.....	35
2.3 Kerangka Konseptual.....	35
2.4 Hipotesis Penelitian.....	
BAB III METODE PENELITIAN.....	36
3.1 Desain Penelitian.....	36
3.2 Tempat dan Waktu.....	37
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	37
3.3.1 Jenis Data.....	37
3.3.2 Sumber Data.....	38
3.4 Populasi dan Sampel.....	38
3.4.1 Populasi.....	38
3.4.2 Sampel.....	39
3.5 Teknik Pengambilan Sample.....	39
3.6 Definisi Variabel dan Definisi Operasioanal.....	40
3.6.1 Definisi Variabel.....	40
3.6.2 Definisi Operasional.....	41
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.8 Model Analisis.....	45
3.9 Proses Pengolahan Data.....	46
3.10 Teknik Pengujian Hipotesis dan Analisis Data.....	47
3.10.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	47
3.10.2 Uji Hipotesis.....	50
3.10.2.1 Uji Regresi Secara Parsial (Uji T).....	52
3.10.2.1 Uji Regresi Secara Simultan (Uji F).....	54
BAB IV DESKRIPSI KEADAAN UMUM DAERAH PENELITIAN	56
4.1 Gambaran Umum Outlet By Coffee.....	56
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	59
5.1 Deskripsi Hasil Penelitian.....	59
5.1.1 Karakteristik Responden.....	59
5.1.2 Teknik Pengujian Hipotesis/Uji Insreumen.....	61
5.1.3 Analisis Statistik.....	64
5.1.3.1 Analisis Koefisien Regresi Linier Berganda.....	65
5.1.4 Uji Hipotesis.....	67
5.1.4.1 Uji Regresi Secara Simultan(Uji F).....	67
5.1.4.2 Uji Regresi Secara Parsial (Uji T).....	69
5.2 Pembahasan Hasil Penelitian.....	71
BAB VI SIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN.....	73
6.1 Kesimpulan.....	73
6.3 Saran.....	74

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.3 Persamaan dan Perbedaan Antara Peneliti Terdahulu	34
Tabel 5.1 Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
Tabel 5.2 Gambar Responden Berdasarkan Usia.....	57
Tabel 5.3 Hasil Uji Validitas Variabel Harga.....	58
Tabel 5.4 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan.....	59
Tabel 5.5 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk.....	59
Tabel 5.6 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen.....	60
Tabel 5.7 Hasil Uji Validitas Variabel Harga, Kualitas layanan dan Kualitas Produk.....	61
Tabel 5.8 Hasil Regresi Terhadap Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Dependen.....	62
Tabel 5.9 Pengaruh Secara Simultan Dimensi Harga, Kualitas Layanan, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.....	65

Tabel 5.10 Pengaruh Secara Parsial Dimensi Harga, Kualitas Layanan, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.....	66
--	----

DAFTAR BAGAN

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	35
-------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuisisioner

Lampiran 2 : Data Responden

Lampiran 3 : Karakteristik Responden dan Statistik Deskriptif

Lampiran 4 : Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 5 : Regresi Linier Berganda

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT	iii
HALAMAN MOTTO.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRACT.....	viii
RINGKASAN.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR BAGAN.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.	8
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	8
2.1.2 Definisi Pemasaran Produk dan Jasa.....	10
2.1.2.1 Pemasaran Produk.....	10
2.1.2.1.1 Atribut Produk.....	11
2.1.2.1.2 Tingkatan Produk.....	12
2.1.2.2 Pemasaran Jasa.....	13
2.1.3 Manajemen Pemasaran.....	13
2.1.3.1 Produk.....	14
2.1.3.2 Jasa.....	16
2.1.4 Konsep Pemasaran.....	20
2.1.5 Kepuasan Konsumen.....	21
2.1.6 Mengukur Kepuasan Konsumen.....	23
2.1.7 Indikator Kepuasan Konsumen.....	25
2.1.8 Harga.....	25
2.1.8.1 Pengertian Harga.....	25
2.1.8.2 Fungsi Harga.....	26
2.1.8.3 Jenis-Jenis Harga.....	26
2.1.9 Kualitas.....	27
2.1.9.1 Pengertian Kualitas.....	27
2.1.9.2 Kualitas Layanan.....	29
2.1.9.3 Kualitas Produk.....	31
2.2 Penelitian Terdahulu.....	33
2.3 Kerangka Konseptual.....	35
2.4 Hipotesis Penelitian.....	35
BAB III METODE PENELITIAN.....	36

3.1 Desain Penelitian.....	36
3.2 Tempat dan Waktu.....	37
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	37
3.3.1 Jenis Data.....	37
3.3.2 Sumber Data.....	38
3.4 Populasi dan Sampel.....	38
3.4.1 Populasi.....	38
3.4.2 Sampel.....	39
3.5 Teknik Pengambilan Sample.....	39
3.6 Definisi Variabel dan Definisi Operasioanal.....	40
3.6.1 Definisi Variabel.....	40
3.6.2 Definisi Operasional.....	41
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.8 Model Analisis.....	45
3.9 Proses Pengolahan Data.....	46
3.10 Teknik Pengujian Hipotesis dan Analisis Data.....	47
3.10.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	47
3.10.2.....	50
ji Hipotesis.....	52
3.10.2.1 Uji Regresi Secara Parsial (Uji T).....	54
3.10.2.1 Uji Regresi Secara Simultan (Uji F).....	
	56
BAB IV DESKRIPSI KEADAAN UMUM DAERAH PENELITIAN	
4.1 Gambaran Umum Outlet By Coffee.....	56
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	59
5.1 Deskripsi Hasil Penelitian.....	59
5.1.1 Karakteristik Responden.....	59
5.1.2 Teknik Pengujian Hipotesis/Uji Insreumen.....	61
5.1.3 Analisis Statistik.....	64
5.1.3.1 Analisis Koefisien Regresi Linier Berganda.....	65
5.1.4 Uji Hipotesis.....	67
5.1.4.1 Uji Regresi Secara Simultan(Uji F).....	67
5.1.4.2 Uji Regresi Secara Parsial (Uji T).....	69
5.2 Pembahasan Hasil Penelitian.....	71
BAB VI SIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN.....	73
6.1 Kesimpulan.....	73
6.3 Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.3 Persamaan dan Perbedaan Antara Peneliti Terdahulu	34
Tabel 5.1 Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
Tabel 5.2 Gambar Responden Berdasarkan Usia.....	57
Tabel 5.3 Hasil Uji Validitas Variabel Harga.....	58
Tabel 5.4 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan.....	59
Tabel 5.5 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk.....	59
Tabel 5.6 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen.....	60
Tabel 5.7 Hasil Uji Validitas Variabel Harga, Kualitas layanan dan Kualitas Produk.....	61
Tabel 5.8 Hasil Regresi Terhadap Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Dependen.....	62
Tabel 5.9 Pengaruh Secara Simultan Dimensi Harga, Kualitas Layanan, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.....	65
Tabel 5.10 Pengaruh Secara Parsial Dimensi Harga, Kualitas Layanan, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.....	66

DAFTAR BAGAN

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	35
-------------------------------------	----