

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
INTISARI	x
ABSTRACT	xi
 BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian	10
1.4. Manfaat Penelitian	10
1.5. Sistematika Penulisan	10
 BAB II. LANDASAN TEORI	
2.1. Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Produk	12
2.1.1. Persepsi Konsumen	12
2.1.2. Kualitas	14
2.1.3. Produk	15
2.1.4. Persepsi Kualitas	16
2.1.5. Dimensi yang Menjadi Indikator Persepsi Kualitas	19
2.2. Kualitas Layanan	22
2.3. Pengukuran Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Produk dan Kualitas Layanan	26
2.4. Rerangka Berpikir	28
 BAB III. METODE PENELITIAN	
3.1. Jenis Penelitian	30
3.2. Pendekatan Model	30
3.3. Riset Eksploratif	31
3.4. Populasi dan Sampel	37
3.5. Instrumen Penelitian	39
3.6. Metode Pengambilan Data	41
3.7. Uji Validitas dan Reliabilitas	42
3.7.1. Uji Validitas	43
3.7.2. Uji Reliabilitas	49
3.8. Metode Analisis Data	50



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

vi

Persepsi konsumen terhadap kualitas produk motor Honda vario dan kualitas layanan bengkel resmi motor Honda di Jakarta
WIBISONO, Cahyo, Iin Maya Sari, Dr., M.M., MSi
Universitas Gadjah Mada, 2010 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

BAB IV. PENGUMPULAN DATA DAN ANALISA HASIL	
4.1. Statistik Sampel	56
4.1.1. Jenis Kelamin Responden	56
4.1.2. Golongan Usia Responden	57
4.1.3. Pekerjaan Responden	58
4.2. Persepsi Kualitas Produk	58
4.3. Persepsi Kualitas Layanan	69
BAB V. KESIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	81
5.2. Keterbatasan	83
5.3. Saran	83
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	