

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasi Masalah	5
1.3. Pembatasan Masalah	6
1.4. Rumusan Masalah	6
1.5. Tujuan Penelitian	7
1.6. Manfaat Penelitian	7
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Landasan Teori	8
2.2. Pembelian Organisasi.....	10
2.3. Kualitas Produk.....	12
2.4. Kualitas Pelayanan.....	13
2.5. Harga	15
2.6. <i>Relationships</i> atau hubungan.....	18
2.7. Kepuasan Konsumen.....	22
2.8. Kajian Penelitian Yang Relevan	26
BAB 3 METODE PENELITIAN	29
3.1. Kerangka Penelitian	29
3.2. Hipotesis Penelitian	31
3.3. Desain Penelitian	34
3.4. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	34
3.5. Teknik Pengumpulan Data dan Pengambilan Sampel	41
3.6. Metode Analisis.....	41

BAB 4	HASIL DAN PEMBAHASAN	48
	4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	48
	4.2. Pelaksanaan Penelitian.....	49
	4.3. Hasil Analisa Data.....	53
	4.4. Pengujian Hipotesis.....	67
	4.5. Implikasi Manajerial.....	69
BAB 5	KESIMPULAN DAN SARAN	73
	5.1. Kesimpulan	73
	5.2. Keterbatasan Penelitian	73
	5.3. Saran-Saran Untuk Penelitian lanjutan	74
	DAFTAR REFERENSI	75
	LAMPIRAN	80