

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN ORISINIL.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Pembatasan Masalah.....	7
1.3 Perumusan Masalah.....	7
1.4 Kegunaan Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN TEORITIK	
2.1 Kajian Pustaka	
2.1.1 Kepuasan Pelanggan.....	9
2.1.2 Kualitas Produk.....	14
2.1.3 Promosi.....	19
2.2 Hasil Penelitian yang Relevan.....	24
2.3 Kerangka Teoretik.....	36

2.4	Model Penelitian.....	38
2.5	Perumusan Hipotesis Penelitian.....	39
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		
3.1	Tujuan Penelitian.....	40
3.2	Objek dan Ruang Lingkup Penelitian.....	41
3.3	Metodologi Penelitian.....	41
3.4	Populasi dan Sampel.....	42
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.6	Operasionalisasi Variabel Penelitian	
3.6.1	Variabel Dependen.....	44
3.6.2	Variabel Independen.....	45
3.7	Teknik Analisis Data.....	47
3.7.1	Uji Instrumen.....	49
3.7.2	Uji Asumsi Klasik.....	52
3.7.3	Uji Hipotesis.....	54
3.7.4	Uji Beda Dua Populasi.....	58
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Deskriptif Unit Analisis.....	59
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengguna atau Bukan Pengguna.....	59
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengguna Aplikasi LINE dan Aplikasi KakaoTalk.....	60
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Waktu Penggunaan Aplikasi.....	60
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis	

	Kelamin.....	61
4.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	61
4.1.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan..	62
4.1.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	63
4.2	Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	63
4.2.1	Uji Instrumen	
	4.2.1.1 Uji Validitas.....	64
	4.2.1.2 Uji Reliabilitas.....	67
4.2.2	Analisis Deskriptif.....	68
	4.2.2.1 Variabel Kualitas Produk (X1).....	68
	4.2.2.2 Variabel Promosi (X2).....	71
	4.2.2.3 Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).....	74
4.2.3	Uji Asumsi Klasik	
	4.2.3.1 Uji Normalitas.....	76
	4.2.3.2 Uji Linearitas.....	77
	4.2.3.3 Uji Multikolinearitas.....	80
	4.2.3.4 Uji Heteroskedastisitas.....	82
4.2.4	Uji Hipotesis.....	84

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan.....	99
5.2	Implikasi Manajerial.....	100
5.3	Saran.....	107

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
I.1	Hasil Survei Aplikasi <i>Mobile Instant Messaging</i>	5
II.1	Hasil Penelitian yang Relevan	35
III.1	Tabel Operasionalisasi Variabel	45
IV.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengguna <i>Mobile Instant Messaging (MIM)</i>	60
IV.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengguna Aplikasi LINE dan KakaoTalk	60
IV.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Waktu Penggunaan Aplikasi	60
IV.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
IV.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	61
IV.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	62
IV.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	63
IV.8	Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan	65
IV.9	Hasil Uji Validitas Kualitas Produk	65
IV.10	Hasil Uji Validitas Promosi	66
IV.11	Hasil Uji Reliabilitas	67
IV.12	Nilai Analisis Deskriptif Kualitas Produk	68
IV.13	Nilai Analisis Deskriptif Variabel Promosi	71

IV.14	Nilai Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan	74
IV.15	Uji Normalitas KakaoTalk	76
IV.16	Uji Normalitas LINE	77
IV.17	Uji Linearitas KakaoTalk	78
IV.18	Uji Linearitas LINE	79
IV.19	Uji Multikolinearitas KakaoTalk	80
IV.20	Uji Multikolinearitas LINE	81
IV.21	Uji Heteroskedastisitas KakaoTalk	82
IV.22	Uji Heteroskedastisitas LINE	83
IV.23	Uji t Variabel Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan KakaoTalk	84
IV.24	Analisis Determinasi Variabel Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan KakaoTalk	85
IV.25	Uji t Variabel Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan LINE	86
IV.26	Analisis Determinasi Variabel Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan LINE	87
IV.27	Uji t Variabel Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan KakaoTalk	88
IV.28	Analisis Determinasi Variabel Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan KakaoTalk	89
IV.29	Uji t Variabel Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan LINE	90

IV.30	Analisis Determinasi Variabel Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan LINE	91
IV.31	Uji F Variabel Kualitas Produk dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan KakaoTalk	92
IV.32	Koefisien Variabel Kualitas Produk dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan KakaoTalk	93
IV.33	Analisis Determinasi Variabel Kualitas Produk dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan KakaoTalk	94
IV.34	Uji F Variabel Kualitas Produk dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan LINE	95
IV.35	Koefisien Variabel Kualitas Produk dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan LINE	96
IV.36	Analisis Determinasi Variabel Kualitas Produk dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan LINE	97
IV.37	Perbandingan Determinasi H1, H2, dan H3 antara LINE dan KakaoTalk	98
IV.38	Uji Beda Sampel Berpasangan LINE dan KakaoTalk	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
I.1	Diagram pengguna <i>Mobile Instant Messaging</i>	5
II.1	Kerangka Penelitian	38

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	KUESIONER
LAMPIRAN 2	OUTPUT UJI VALIDITAS
LAMPIRAN 3	OUTPUT UJI RELIABILITAS
LAMPIRAN 4	OUTPUT UJI NORMALITAS
LAMPIRAN 5	OUTPUT UJI LINEARITAS
LAMPIRAN 6	OUTPUT UJI MULTIKOLINEARITAS
LAMPIRAN 7	OUTPUT UJI HETEROSKEDASTISITAS
LAMPIRAN 8	OUTPUT ANALISIS REGRESI LINEAR SEDERHANA
LAMPIRAN 9	OUTPUT ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA