

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL DALAM .....	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN DEWAN PENGUJI .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI.....	v
ABSTRAK .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	10
1.3 Batasan Masalah.....	11
1.4 Tujuan Penelitian .....	11
1.5 Manfaat Penelitian .....	11
1.6 Sistematika Penulis .....	12
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Manajemen.....	14
2.2 Manajemen Pemasaran.....	14
2.3 Strategi Pemasaran .....	16
2.4 Teori Expectancy Disconfirmation .....	17
2.5 Kualitas Produk.....	17
2.5.1 Perspektif Kualitas produk.....	18
2.5.2 Manfaat Kualitas Produk.....	19
2.5.3 Tingkatan Kualitas Produk.....	20
2.5.4 Faktor Kualitas Produk .....	20
2.5.5 Dimensi Kualitas Produk .....	21
2.6 <i>Cashless Transaction</i> .....	22
2.6.1 Kelebihan <i>Cashless Transaction</i> .....	25
2.6.2 Kelemahan <i>Cashless Transaction</i> .....	26
2.6.3 Indikator <i>Cashless Transaction</i> .....	26
2.7 <i>Emotional Design</i> .....	27
2.7.1 Tahap <i>Emotional Design</i> .....	28
2.7.2 Efek <i>Emotional Design</i> .....	29
2.7.3 Dimensi <i>Emotional Design</i> .....	30
2.7.4 Indikator <i>Emotional Design</i> .....	31
2.8 Kepuasan konsumen.....	32

2.8.1 Manfaat Kepuasan Konsumen .....	32
2.8.2 Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen .....	32
2.8.3 Indikator Kepuasan Konsumen .....	33
2.9 Penelitian Terdahulu .....	34

### BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Model Konseptual Penelitian .....	37
3.2 Variabel Penelitian .....	38
3.3 Hubungan Antar Variabel dan Hipotesis .....	40
3.3.1 Hubungan Kualitas Produk (X1) dengan Kepuasan konsumen (Y) .....	40
3.3.2 Hubungan <i>cashless transaction</i> (X2) dengan Kepuasan konsumen (Y).....	40
3.3.3 Hubungan <i>Emotional design</i> (X3) dengan Kepuasan konsumen (Y) .....	41
3.4 Operasional Variabel.....	42
3.5 Unit Analisis, Populasi dan Sampel .....	46
3.5.1 Unit Analisis .....	46
3.5.2 Populasi.....	46
3.5.3 Sampel .....	47
3.5.4 Teknik Pengambilan Sampel.....	47
3.6 Pre-Test .....	48
3.6.1 Uji Validitas .....	48
3.6.2 Uji Reliabilitas .....	49
3.7 Main-Test .....	49
3.7.1 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	49
3.7.2 Uji Asumsi Klasik .....	49
3.8 Uji Hipotesis .....	51
3.8.1 Uji Regresi Linear Berganda.....	51
3.8.2 Koefisien Determinasi.....	52
3.8.3 Uji Parsial (t).....	52
3.8.4 Uji Simultan (Uji F) .....	53

### BAB 4 ANALISIS PEMBAHASAN

4.1 Profil Perusahaan .....	54
4.2 Analisis Pre-Test .....	55
4.2.1. Uji Validitas .....	55
4.2.2. Uji reliabilitas.....	58
4.2.3. Kesimpulan Hasil Pre-Test .....	59
4.3. Analisis Main-Test.....	59
4.3.1. Deskripsi Profil Responden.....	59
4.3.2. Uji Validitas .....	62
4.3.3. Uji Reliabilitas .....	65
4.3.4. Hasil Uji Asumsi Klasik .....	66
4.4. Uji Hipotesis .....	69
4.4.1. Uji Regresi Linear Berganda.....	69
4.4.2. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	70
4.4.3. Uji Parsial (Uji t).....	71
4.4.4. Uji Simultan (Uji F) .....	72

4.4.5. Hasil Analisis Nilai <i>Mean</i> .....	73
4.5. Pembahasan.....	81
 BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan .....	84
5.2 Implikasi Manajerial .....	84
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	87
5.4 Saran Untuk Peneliti Selanjutnya.....	88
DAFTAR PUSTAKA .....	90
RIWAYAT HIDUP.....	93
LAMPIRAN	

