

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN MUNAQOSAH.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK.....	v
MOTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Sistematika Penulisan.....	8
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Deskripsi Teori.....	10
1. <i>Service Quality</i> (Kualitas Pelayanan).....	10
a. Pengertian <i>Service Quality</i>	10
b. Karakteristik Pelayanan (<i>Service</i>).....	11
c. Dimensi <i>Service Quality</i>	12
d. Model <i>Service Quality</i>	13
e. <i>Service Quality</i> Perspektif Islam.....	13
f. Indikator <i>Service Quality</i>	15
2. <i>Price Fairness</i>	16
a. Pengertian <i>Price Fairness</i>	16
b. Indikator <i>Price Fairness</i>	17
c. <i>Price Fairness</i> dalam perspektif hukum Islam.....	21
3. <i>Product Quality</i>	23
a. Pengertian <i>Product Quality</i>	23
b. Faktor <i>Product Quality</i>	24
c. Indikator <i>Product Quality</i>	27
d. Alasan <i>Product Quality</i>	28
e. Dimensi <i>Product Quality</i>	29
f. <i>Product Quality</i> dalam Perspektif Islam	30
4. <i>Customer Satisfaction</i>	30
a. Pengertian <i>Customer Satisfaction</i>	30

b. Faktor <i>Customer Satisfaction</i>	31
c. Indikator <i>Customer Satisfaction</i> (Kepuasan Pelanggan).....	31
d. <i>Customer Satisfaction</i> Menurut Perspektif Islam.....	32
B. Penelitian Terdahulu	33
C. Kerangka Berfikir.....	38
D. Hipotesis.....	38
1. Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	39
2. Pengaruh <i>Price Fairness</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	39
3. Pengaruh <i>Product Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	40
4. Pengaruh <i>Service Quality</i> , <i>Price Fairness</i> dan <i>Product Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> pengguna jasa <i>Go-food</i> Indonesia (studi pada pelanggan <i>go-food</i> di Demak)	40
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan.....	42
B. <i>Setting</i> Penelitian.....	42
C. Populasi dan Sampel	43
D. Desain dan Definisi Operasional Variabel	44
E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	48
F. Teknik Pengumpulan Data	49
G. Uji Asumsi Klasik	50
H. Teknik Analisis Data	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian	54
1. Sejarah Singkat PT GO-JEK Indonesia.....	54
2. Visi dan Misi PT GO-JEK.....	55
3. Letak Geografis PT Go-Jek Kudus.....	56
4. Jasa Yang Disediakan GO-JEK.....	56
5. Struktur Organisasi PT GO-JEK	58
6. Mitra Go-Food Demak	59
B. Gambaran Umum Responden	60
1. Jenis Kelamin Responden.....	60
2. Karakteristik responden berdasarkan usia	61
C. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	61
1. Uji Validitas.....	61
2. Uji Reliabilitas	63

D. Uji Asumsi Klasik.....	64
1. Uji Multikolinearitas	64
2. Uji Autokorelasi.....	65
3. Uji Heteroskedastisitas	66
4. Uji Normalitas.....	67
E. Analisis Data	69
1. Analisis Regresi Linier Berganda	69
2. Analisis Koefisien determinasi (R^2).....	70
3. Analisis Uji Parsial (Uji t)	71
4. Analisis Uji Parsial (Uji F)	73
F. Pembahasan.....	74
1. <i>Service Quality</i> dan <i>Customer Satisfaction</i>	74
2. <i>Product Quality</i> dan <i>Customer Satisfaction</i>	76
3. <i>Price Fairness</i> dan <i>Customer Satisfaction</i>	77
4. <i>Service Quality</i> , <i>Product Quality</i> dan <i>PriceFairness</i> dan <i>Customer Satisfaction</i>	78
BAB V PENUTUP	
A. Simpulan	81
B. Saran	82
C. Penutup	82
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	