

DAFTAR ISI

PERNYATAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
RIWAYAT HIDUP	v
PERSEMBAHAN	vi
DAFTAR ISI	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Ruang Lingkup.....	9
1.3.1 Ruang Lingkup Subjek	9
1.3.2 Ruang Lingkup Objek	9
1.3.3 Ruang Lingkup Lokasi.....	9
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5.1 Manfaat Bagi Peneliti.....	10
1.5.2 Manfaat Bagi Perusahaan	10
1.5.3 Manfaat Bagi Institut	10
BAB II LANDASAN TEORI.....	12
2.1 Manajemen Pemasaran.....	12
2.2 Keputusan Pembelian	13
2.2.1 Kualitas Pelayanan	14
2.2.2 Dimensi Kualitas layanan	17
2.3 Kepuasan Konsumen	18
2.3.1 Pengertian Kepuasan Konsumen.....	18
2.3.2 Faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan	19
2.3.3 Metode pengukuran Kepuasan	20
2.4 Penelitian Terdahulu	21
2.5 Kerangka Pemikiran.....	23
2.6 Kerangka Penelitian.....	24
2.7 Hipotesis Penelitian	24
2.7.1 Pengaruh <i>Tangible</i> Terhadap Kepuasan Konsumen	24
2.7.2 Pengaruh <i>Empathy</i> terhadap kepauasan konsumen.....	25

2.7.3 Pengaruh <i>Responsiveness</i> terhadap kepuasan konsumen	25
2.7.4 Pengaruh <i>Reliability</i> terhadap kepuasan konsumen	25
2.7.5 Pengaruh <i>Assurance</i> terhadap kepuasan konsumen	26
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1 Jenis Penelitian.....	27
3.2 Sumber Data.....	27
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	28
3.4 Populasi Dan Sampel.....	29
3.4.1 Populasi.....	29
3.4.2 Sampel	29
3.5 Definisi Variabel Operasional	30
3.5.1 Variabel Penelitian	30
3.5.2 Definisi Operasional Variabel	31
3.6 Uji prasyarat Instrumen	34
3.6.1 Uji validasi data	34
3.6.2 Uji Reliabilitas	34
3.7 Uji Persyaratan Analisis data	35
3.7.1 Uji Normalitas.....	35
3.7.2 Uji Linieritas.....	36
3.7.3 Uji Multikolinieritas	36
3.8 Metode Analisis Data.....	37
3.8.1 Koefisien Determinasi (R ²).....	37
3.8.2 Regresi Linier Berganda	37
3.9 Pengujian Hipotesis.....	38
3.9.1 Uji Hipotesis (t)	38
3.9.2 Uji Simultan (F)	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1 Deskripsi Data	40
4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden	40
4.1.2 Deskripsi Variabel Penelitian	42
4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen.....	46
4.2.1 Hasil Uji Validitas	46
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	48
4.3 Hasil Uji Persyaratan Analisis Data	49
4.3.1 Uji Normalitas.....	49
4.3.2 Hasil Uji Linearitas	50
4.3.3 Hasil Uji Multikolinearitas	51
4.4 Hasil Metode Analisis Data	52

4.4.1 Koefisien Determinasi.....	52
4.4.2 Analisis Regresi Linier Berganda.....	53
4.5 Hasil Pengujian Hipotesis	54
4.5.1 Uji Parsial (Uji t)	54
4.5.2 Uji Simultan (Uji F)	56
4.6 Pembahasan.....	58
4.6.1 Pengaruh <i>Tangible</i> (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)	58
4.6.2 Pengaruh <i>Emphaty</i> (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)	58
4.6.3 Pengaruh <i>Responsiveness</i> (X3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y).....	59
4.6.4 Pengaruh <i>Reability</i> (X4) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)	60
4.6.5 Pengaruh <i>Assurance</i> (X5) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)	60
4.6.6 Pengaruh <i>Tangible</i> (X ₁), <i>Emphaty</i> (X ₂), <i>Responsiveness</i> (X ₃), <i>Reability</i> (X ₄) dan <i>Assurance</i> (X ₅) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)	61
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	62
5.1 Simpulan.....	62
5.2 Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA	65