

DAFTAR ISI

	Hal.
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
1.3.1 Tujuan Penelitian	10
1.3.2 Manfaat Penelitian	11
1.4 Sistematika Penulisan	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Landasan Teori.....	14
2.1.1 Jasa (<i>Service</i>).....	14
2.1.2 Pemasaran Jasa.....	19
2.1.3 Kualitas Pelayanan.....	20
2.1.4 Kepuasan Pelanggan	25
2.1.5 Loyalitas Pelanggan	30
2.1.6 Hubungan Antar Variabel	34
2.2 Penelitian Terdahulu	40
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis	42
2.4 Hipotesis	44
BAB III METODE PENELITIAN.....	45
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	45
3.1.1 Variabel Penelitian	45
3.1.2 Definisi Operasional	46
3.2 Populasi dan Sampel	50
3.2.1 Populasi.....	50
3.2.2 Sampel.....	51
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	52

3.3.1	Data Primer	52
3.3.2	Data Sekunder	52
3.4	Metode Pengumpulan Data	53
3.4.1	Studi Pustaka	53
3.4.2	Kuesioner (angket)	53
3.4.3	Wawancara	54
3.5	Metode Analisis Data	55
3.5.1	Uji Validitas	56
3.5.2	Uji Reliabilitas	57
3.5.3	Uji Asumsi Klasik	58
3.5.4	Analisis Regresi Linear Berganda	60
3.5.5	Pengujian Hipotesis	62
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	65
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	65
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan	65
4.1.2	Gambaran Umum Responden	69
4.1.3	Analisis Indeks Jawaban Responden per Variabel	75
4.2	Analisis Data	83
4.2.1	Uji Validitas	83
4.2.2	Uji Reliabilitas	85
4.2.3	Uji Asumsi Klasik	86
4.2.4	Analisis Regresi Linear Berganda	91
4.2.5	Pengujian Hipotesis	95
4.3	Pembahasan	102
4.3.1	Pengaruh Bukti Fisik terhadap Kepuasan Konsumen ..	102
4.3.2	Pengaruh Keandalan terhadap Kepuasan Konsumen ..	102
4.3.3	Pengaruh Daya Tanggap terhadap Kepuasan Konsumen	103
4.3.4	Pengaruh Jaminan terhadap Kepuasan Konsumen	103
4.3.5	Pengaruh Empati terhadap Kepuasan Konsumen	104
4.3.6	Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen	105
BAB V	PENUTUP	106
5.1	Simpulan	106
5.2	Keterbatasan	110
5.3	Saran	111
5.4	Agenda Penelitian Mendatang	113
DAFTAR PUSTAKA	114
LAMPIRAN-LAMPIRAN		