

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN .....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
ABSTRAK .....	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xviii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	12
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	12
1.3.1. Tujuan Penelitian .....	12
1.3.2. Manfaat Penelitian .....	13
1.4. Sistematika Penulisan .....	14
BAB II TELAAH PUSTAKA .....	15
2.1. Landasan Teori.....	15
2.1.1. Pengertian Pemasaran .....	15

2.1.2. Kualitas Pelayanan .....	16
2.1.3. Harga .....	20
2.1.3.1. Penetapan Harga .....	22
2.1.4. Promosi .....	27
2.1.4.1. Jenis-Jenis Promosi .....	28
2.1.4.2. Bauran Promosi .....	30
2.1.5. Kepuasan Pelanggan.....	31
2.2. Penelitian Terdahulu .....	33
2.3. Kerangka Pemikiran Teoritis .....	39
2.4. Hipotesis Penelitian .....	40
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>43</b>
3.1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	43
3.1.1. Variabel Penelitian .....	43
3.1.2. Definisi Operasional .....	44
3.1.2.1. Variabel Terikat (Dependent Variabel) .....	44
3.1.2.2. Variabel Tidak Terikat (Independent Variabel) .....	45
3.2. Populasi dan Sampel .....	46
3.2.1. Populasi .....	46
3.2.2. Sampel .....	47
3.3. Jenis dan Sumber Data .....	48
3.3.1. Jenis Data .....	48
3.3.2. Sumber Data .....	49
3.4. Metode Pengumpulan Data .....	49
3.5. Teknik Pengolahan Data .....	51
3.6. Metode Analisis Data .....	52

3.6.1. Uji Validitas dan Reliabilitas Data .....	53
3.6.1.1. Uji Validitas .....	53
3.6.1.2. Uji Reliabilitas .....	53
3.6.2. Uji Asumsi Klasik .....	54
3.6.2.1. Uji Multikolonieritas .....	54
3.6.2.2. Uji Heteroskedastisitas .....	54
3.6.2.3. Uji Normalitas .....	55
3.6.3. Analisis Regresi Linear Berganda .....	56
3.6.4. Pengujian Hipotesis Penelitian .....	56
3.6.4.1. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t) ...	56
3.6.4.2. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F) .....	57
3.6.4.3. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	58
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>59</b>
4.1. Deskripsi Perusahaan .....	59
4.2. Deskripsi Responden .....	61
4.2.1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Umur ..	62
4.2.2. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan dan Pekerjaan	63
4.2.3. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan dan	
Frekuensi Pembelian .....	64
4.3. Analisis Data dan Interpretasi Hasil .....	66
4.3.1. Analisis Indeks Jawaban Responden .....	66
4.3.1.1. Analisis Indeks Terhadap Variabel	
Kualitas Pelayanan (X1) .....	67
4.3.1.2. Analisis Indeks Terhadap Variabel Harga (X2) .....	69
4.3.1.3. Analisis Indeks Terhadap Variabel Promosi (X3) .....	71

4.3.1.4. Analisis Indeks Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) .....	73
4.3.2. Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen .....	76
4.3.2.1. Uji Validitas .....	76
4.3.2.2. Uji Reliabilitas .....	77
4.3.3. Uji Asumsi Klasik .....	78
4.3.3.1. Uji Normalitas .....	78
4.3.3.2. Uji Multikolonieritas .....	79
4.3.3.3. Uji Heteroskedastisitas .....	79
4.3.4. Analisis Regresi Linier Berganda .....	80
4.3.5. Pengujian Hipotesis Penelitian .....	82
4.3.5.1. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t) .....	82
4.3.5.2. Uji Signifikansi Simultan (Uji F) .....	83
4.3.5.3. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	84
4.4. Pembahasan .....	85
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	<b>89</b>
5.1. Kesimpulan .....	89
5.2. Keterbatasan Penelitian .....	90
5.3. Saran .....	91
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>94</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b> .....	<b>98</b>