

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Gambaran Umum Baraya Travel	1
1.1.2 Visi, Misi, dan Moto	2
1.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan	2
1.1.4 Wewenang dan Tanggung Jawab.....	3
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	6
1.3 Perumusan Masalah.....	13
1.4 Tujuan Penelitian	13
1.5 Kegunaan Penelitian	13
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	17
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian.....	17
2.1.1 Manajemen Pemasaran	17
2.1.2 Jasa	19
2.1.3 Kualitas Pelayanan.....	20
2.1.4 Kepuasan Konsumen	23
2.2 Penelitian Terdahulu.....	25

2.3 Kerangka Pemikiran	30
2.4 Hipotesis Penelitian	32
2.5 Ruang Lingkup Penelitian	33
BAB III METODE PENELITIAN.....	35
3.1 Jenis Penelitian	35
3.2 Variabel Operasional	35
3.3 Skala Pengukuran	38
3.4 Tahapan Penelitian.....	39
3.5 Populasi dan Sampel.....	39
3.5.1 Populasi.....	39
3.5.2 Sampel dan Teknik Sampling.....	39
3.6 Pengumpulan Data.....	41
3.7 Jenis Data	42
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas	42
3.8.1 Uji Validitas	42
3.8.2 Uji Reliabilitas	45
3.9 Teknik Analisis Data	45
3.9.1 Analisis Deskriptif	45
3.9.2 <i>Method of Successive Interval (MSI)</i>	47
3.9.3 Uji Asumsi Klasik	48
3.9.4 Analisis Regresi Berganda	50
3.9.5 Pengujian Hipotesis	51
3.9.6 Koefisien Determinasi	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	55
4.1 Analisis Karakteristik Responden.....	55
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Menggunakan Jasa Transportasi Baraya Travel di Kota Bandung	55
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	57
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	57
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pendapatan per Bulan	58

4.2 Analisis Deskriptif	59
4.2.1 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Tangible</i> (X_1)	59
4.2.2 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Reliability</i> (X_2)	62
4.2.3 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Responsiveness</i> (X_3)	64
4.2.4 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Assurance</i> (X_4)	65
4.2.5 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Empathy</i> (X_5)	67
4.2.6 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	70
4.3 Hasil Penelitian	71
4.3.1 Uji Asumsi Klasik	71
4.3.1.1 Uji Normalitas	71
4.3.1.2 Uji Multikolinieritas	72
4.3.1.3 Uji Heteroskedastisitas	73
4.3.1.4 Uji Autokorelasi	74
4.3.2 Analisis Regresi Linear Berganda	75
4.3.3 Pengujian Hipotesis	77
4.3.3.1 Pengujian Simultan (Uji F)	77
4.3.3.2 Pengujian Parsial (Uji t)	78
4.3.4 Koefisien Determinasi (R^2)	81
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	82
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	87
5.1 Kesimpulan	87
5.2 Saran	87
5.2.1 Saran Untuk Perusahaan.....	87
5.2.2 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	88
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN	