

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	2
1.3 Rumusan Masalah	20
1.4 Tujuan Penelitian	21
1.5 Kegunaan Penelitian.....	22
1.5.1 Aspek Teoritis	22
1.5.2 Aspek Praktis.....	22
1.6 Waktu dan Periode Penelitian	22
1.7 Sistematika Penelitian	22
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	24
2.1 Tinjauan Pustaka	24
2.1.1 Pemasaran.....	24
2.1.2 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	25
2.1.3 Harga	27
2.1.3.1 Pengertian Harga.....	27
2.1.3.2 Dimensi Harga	28
2.1.3.3 Tujuan Penetapan Harga	29
2.1.4 Promosi.....	30
2.1.4.1 Pengertian Promosi	30

2.1.4.2	Dimensi Promosi.....	31
2.1.4.3	Anggaran Pengeluaran Promosi.....	32
2.1.5	Kualitas Layanan.....	34
2.1.5.1	Pengertian.....	34
2.1.5.2	Dimensi Kualitas Layanan.....	34
2.1.5.3	Tujuan Umum Pelayanan yang Berkualitas.....	35
2.1.6	Kepuasan Pelanggan.....	36
2.1.6.1	Pengertian.....	36
2.1.6.2	Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	37
2.1.6.3	Faktor dalam Menentukan Kepuasan Konsumen.....	38
2.1.6.4	Dimensi Kepuasan Konsumen.....	39
2.2	Teori Keterkaitan.....	41
2.2.1	Keterkaitan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan.....	41
2.2.2	Keterkaitan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan.....	41
2.2.3	Keterkaitan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	42
2.3	Penelitian Terdahulu.....	44
2.4	Kerangka Pemikiran.....	59
2.5	Hipotesis Penelitian.....	63
2.6	Ruang Lingkup Penelitian.....	63
2.6.1	Variabel dan Sub Variabel Penelitian.....	63
BAB III METODE PENELITIAN.....		64
3.1	Jenis Penelitian.....	64
3.2	Operasional Variabel dan Skala Pengukuran.....	64
3.2.1	Operasional Variabel.....	64
3.3	Skala Pengukuran.....	70
3.4	Tahapan Penelitian.....	70
3.5	Populasi dan Sampel.....	71
3.5.1	Populasi.....	71
3.5.2	Sampel.....	71
3.6	Teknik Pengambilan Sampel.....	72
3.7	Teknik Pengumpulan Data.....	73
3.7.1	Data Primer.....	73
3.7.2	Data Sekunder.....	73

3.8	Uji Validitas dan Reliabilitas	73
3.8.1	Uji Validitas	73
3.8.2	Uji Reliabilitas.....	75
3.9	<i>Method of Sucessive Interval</i>	77
3.10	Teknik Analisis Data.....	78
3.10.1	Analisis Deskriptif	78
3.11	Uji Asumsi Klasik.....	80
3.11.1	Uji Normalitas.....	80
3.11.2	Uji Multikolinearitas.....	80
3.11.3	Uji Heteroskedasitas	81
3.12	Regresi Linier Berganda	81
3.12.1	Uji T (Parsial)	82
3.12.2	Uji F (Simultan).....	83
3.12.3	Uji Koefisien Determinasi	84
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....		85
4.1	Pengumpulan Data	85
4.2	Karakteristik Responden	85
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah Menggunakan	85
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	86
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	87
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	87
4.3	Hasil Penelitian	88
4.3.1	Analisis Deskriptif.....	88
4.4	Uji Normalitas.....	126
4.5	Uji Multikolinearitas	128
4.6	Uji Heteroskedastisitas.....	129
4.7	Analisis Regresi Linier Berganda	130
4.8	Uji Hipotesis	132
4.10	Hasil Uji Koefisien Determinasi	135
4.11	Hasil Pembahasan	136
4.11.1	Deskripsi Analisis Responden	136
4.11.2	Deskripsi Analisis Variabel Harga	137
4.11.3	Deskripsi Analisis Variabel Promosi.....	137

4.11.4	Deskripsi Analisis Variabel Kualitas Layanan	138
4.11.5	Deskripsi Analisis Variabel Kepuasan Pelanggan	138
4.11.6	Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan	139
4.11.7	Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan	139
4.11.8	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan	140
4.11.9	Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Layanan secara bersama-sama terhadap Kepuasan Pelanggan	140
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		142
5.1	Kesimpulan	142
5.2	Saran	144
5.2.1	Bagi Perusahaan	144
5.2.2	Bagi Peneliti Selanjutnya	145
DAFTAR PUSTAKA		146
LAMPIRAN		154