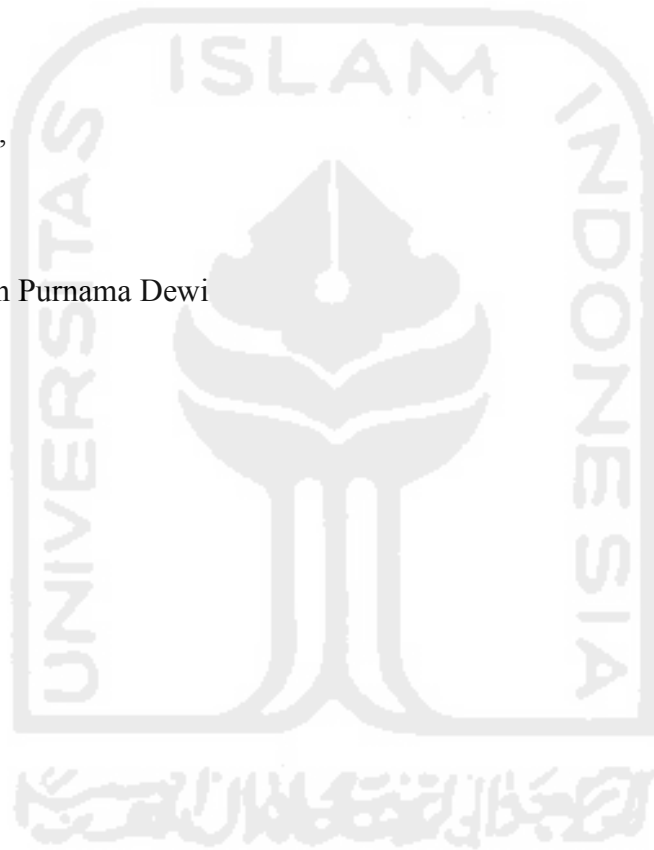


PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam penulisan tesis ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku”.

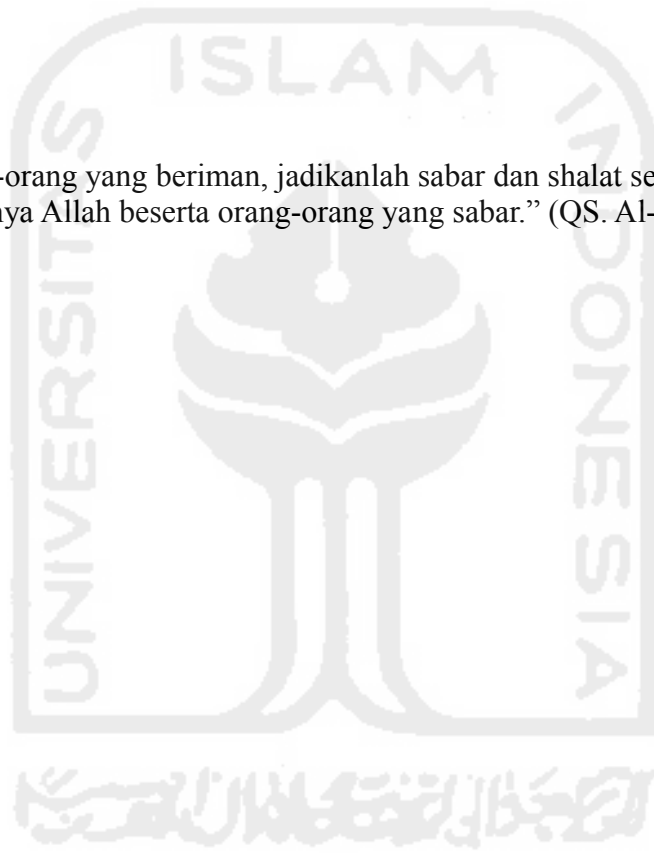
Yogyakarta,

Maria Ulfah Purnama Dewi



HALAMAN MOTTO

“Hai orang-orang yang beriman, jadikanlah sabar dan shalat sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar.” (QS. Al-Baqarah [2]: 153).



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir tesis ini yang diajukan guna memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Magister (Strata 2) di Program Pasca Sarjana, Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia. Adapun judul tesis ini adalah “Peran Kualitas Layanan dan *Merchandising* terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan”

Dalam penyusunan tesis ini dari persiapan sampai terselesaikannya, tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang dengan segala keterbukaan dan kerendahan hati telah memberikan bimbingan, pengarahan, keterangan dan dorongan semangat yang bergitu berarti. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Dr. Sumadi, M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktunya untuk diskusi, memberikan bimbingan, nasehat dan dorongan sampai terselesaikannya penulisan tesis ini.
2. Seluruh Dosen Program Pascasarjana Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan arahan dan bimbingan untuk mendalami ilmu Manajemen Pemasaran
3. Suami saya tercinta, atas segala doa, motivasi, pengertian, perhatian dan kesabarannya selama menjalani perkuliahan hingga penulisan tesis.

4. Bapak, Ibu dan Adik yang tidak henti-hentinya mencurahkan kasih sayang, doa dan dorongan selama kuliah sampai terselesaikannya tesis ini.
5. Sahabat-sahabatku dan rekan-rekan mahasiswa Program Pasca Sarjana Fakultas Ekonomi UII angkatan 44 atas semua bantuan doa dan dukungan.
6. Bapak Ibu sekretariat Program Pasca Sarjana Fakultas Ekonomi UII. Terima kasih atas segala kesabarannya melayani penulis dalam pengurusan administrasi perkuliahan dan penyelesaian pembuatan tesis.
7. Semua pihak yang telah membantu, yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Dengan keterbatasan pengalaman, pengetahuan maupun pusataka, penulis menyadari bahwa tesis ini masih banyak kekurangan dan perlu pengembangan lebih lanjut agar lebih bermanfaat. Oleh sebab itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran agar tesis ini lebih sempurna serta sebagai masukan bagi penulis untuk penelitian dan penulisan karya ilmiah di masa yang akan datang.

Akhir kata penulis berharap tesis ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua terutama pengembangan ilmu pemasaran di Indonesia.

Yogyakarta, Februari 2017

Maria Ulfah Purnama Dewi