

DAFTAR ISI

	halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAKSI	v
DAFTAR ISI	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.1.1. Rumusan Masalah	3
1.1.2. Tujuan Penelitian	3
1.1.3. Manfaat Penelitian	4
BAB II LANDASAN TEORI	5
2.1 Pengertian Pemasaran	5
2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	7
2.3 Konsep Pemasaran	7
2.4 Pengertian Jasa	8
2.5 Karakteristik Jasa	10
2.6 Kualitas Jasa	12
2.7 Dimensi Kualitas Jasa	13
2.8 Kepuasan Konsumen	14
2.9 Hipotesis	16

BAB III METODE PENELITIAN	18
3.1. Jenis Penelitian	18
3.1.1. Teknik Pengambilan Sampel	19
3.1.2. Jumlah Sampel	19
3.1.3. Sumber Data	20
3.2. Metode Pengambilan Data	20
3.3. Scoring (Penilaian)	21
3.4. Identifikasi Variabel	21
3.4.1. Variabel Independent (X)	21
3.4.2. Variabel Dependent (Y)	22
3.5. Metode Analisis Data	23
3.5.1. Analisis Kualitatif	23
3.5.2. Data Kuantitatif	24
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	27
4.1. Analisis Kualitatif	27
4.2. Analisis Kuantitatif	39
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	58
5.1. Kesimpulan	58
5.2. SARAN	59
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	