

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Halaman Sampul Depan Skripsi	ii
Halaman Judul Skripsi	iii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme	iv
Halaman Pengesahan Skripsi	v
Halaman Pengesahan Ujian Skripsi	vi
Abstrak	vii
Halaman Motto	viii
Halaman Persembahan	ix
Kata Pengantar	x
Daftar Isi	xii
Daftar Tabel	xvi
Daftar Gambar	xvii
Daftar Lampiran	xviii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	10
2.2 Landasan Teori	
2.2.1 Pengertian Pemasaran	12
2.2.2 Manajemen Pemasaran	14
2.2.3 Konsep Pemasaran	14
2.2.4 Perilaku Konsumen	17
2.2.5 Jasa	
2.2.5.1 Pengertian Jasa	28
2.2.5.2 Karakteristik Jasa	28
2.2.6 Kualitas Pelayanan	
2.2.6.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	29
2.2.6.2 Dimensi Kualitas Pelayanan	30
2.2.6.3 Pengukuran Kualitas Pelayanan	32
2.2.6.4 Manfaat Kualitas Pelayanan	35
2.2.7 Kepuasan Konsumen	
2.2.7.1 Konsep dan Definisi Kepuasan Konsumen	35
2.2.7.2 Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen	36
2.3 Kerangka Pemikiran	38
2.4 Hipotesis	39

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian	
3.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	40

3.2	Variabel Penelitian	43
3.3	Data dan Teknik Pengumpulan Data	44
3.4	Populasi dan Sampel	
3.4.1	Pengertian Populasi dan Sampel	48
3.4.2	Teknik Pengambilan Sampel	48
3.4.3	Penentuan Jumlah Sampel	48
3.5	Teknik Analisis	
3.5.1	Analisis Deskriptif	49
3.5.2	Analisis Kuantitatif	
3.5.2.1	Analisa Regresi Linier Berganda	50
3.5.2.2	Uji Hipotesis	
3.5.2.2.1	Pengujian pengaruh variabel bebas secara bersama-sama	51
3.5.2.2.2	Pengujian pengaruh variabel bebas secara parsial atau individu	52
3.5.2.3	Analisis Koefisien Determinasi	54
3.5.2.4	Analisis Koefisien Determinasi Parsial	54

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	
4.1.1	Pengujian Validitas dan Reliabilitas Faktor Keandalan ...	56
4.1.2	Pengujian Validitas dan Reliabilitas Faktor Daya Tanggap	57
4.1.3	Pengujian Validitas dan Reliabilitas Faktor Jaminan	57

4.1.4	Pengujian Validitas dan Reliabilitas Faktor Empati	58
4.1.5	Pengujian Validitas dan Reliabilitas Faktor Bukti Langsung	59
4.1.6	Pengujian Validitas dan Reliabilitas Faktor Kepuasan Konsumen	60
4.2	Analisis Penelitian	
4.2.1	Analisis Deskriptif	
4.2.1.1	Karakteristik Responden	61
4.2.1.2	Kepuasan Konsumen	66
4.2.2	Analisis Kuantitatif	
4.2.2.1	Hasil Regresi Linier Berganda	67
4.2.2.2	Uji Hipotesis	
4.2.2.2.1	Hasil Uji f	70
4.2.2.2.2	Hasil Uji t	72
4.2.2.3	Hasil Koefisien Determinasi	74
4.2.2.4	Variabel Dominan	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan	76
5.2	Saran	78
DAFTAR PUSTAKA		81
LAMPIRAN		83

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 4.1 Hasil Validitas dan Reliabilitas Faktor Keandalan	56
Tabel 4.2 Hasil Validitas dan Reliabilitas Faktor Daya Tanggap	57
Tabel 4.3 Hasil Validitas dan Reliabilitas Faktor Jaminan	58
Tabel 4.4 Hasil Validitas dan Reliabilitas Faktor Empati	58
Tabel 4.5 Hasil Validitas dan Reliabilitas Faktor Bukti Langsung	59
Tabel 4.6 Hasil Validitas dan Reliabilitas Faktor Kepuasan Konsumen	60
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
Tabel 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	62
Tabel 4.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Propinsi	63
Tabel 4.10 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	64
Tabel 4.11 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan per Bulan	64
Tabel 4.12 Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Menginap ..	65
Tabel 4.13 Kepuasan Konsumen	66
Tabel 4.14 Estimasi Regresi Linier Berganda	67
Tabel 4.15 Nilai Koefisien Determinasi Parsial	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar		Halaman
Gambar 2.1	Operasi Manajemen Jasa	34
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran	38

