

DAFTAR ISI

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
Motto	viii
Persembahan	ix
Kata Pengantar	x
Daftar Isi	xi
Daftar Gambar	xv
Daftar Tabel	xvi
Daftar Lampiran	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah Penelitian	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	7

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu	8
2.2. Landasan Teori	12
2.2.1. Pengertian Pemasaran	12
2.2.2. Pengertian Manajemen Pemasaran	12
2.2.3. Konsep Pemasaran	13
2.2.4. Pengertian Jasa	14
2.2.5. Perilaku Konsumen	19
2.2.6. Kepuasan Konsumen	33
2.2.7. Teori Diskonfirmasi	43
2.2.8. Pengertian Atribut	46
2.3. Hipotesis	46

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi Penelitian	48
3.1.1. Sejarah Berdirinya Larissa	48
3.1.2. Visi, Misi, dan Tujuan Larissa	49
3.1.3. Struktur Organisasi	50
3.1.4. Pelayanan di Larissa	53
3.1.5. Kegiatan di Larissa	55
3.2. Variabel Penelitian	59
3.2.1. Variabel Dependen	59

4.2.2. Persepsi Konsumen terhadap Atribut Larissa	78
4.3. Analisis Kuantitatif	84
4.3.1. Hasil Regresi Linier Berganda	84
4.3.2. Analisis Korelasi Berganda	87
4.3.3. Analisis Korelasi Parsial	88

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	94
5.2. Saran	96

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR GAMBAR

Gambar

2.1. Bagan Konsep Kepuasan Pelanggan	35
2.2. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Harapan akan Jasa	44
4.1. Pengujian terhadap Koefisien Regresi Pelayanan	86
4.2. Pengujian terhadap Koefisien Regresi Fasilitas	87
4.3. Pengujian terhadap Koefisien Regresi Produk	88
4.4. Pengujian terhadap Koefisien Harga	89



DAFTAR TABEL

Tabel	69
4.1. Hasil Pengujian Validitas	69
4.2. Ringkasan Hasil Pengujian Reliabilitas	70
4.3. Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	71
4.4. Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia	72
4.5. Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan	73
4.6. Penilaian Atribut Pelayanan	75
4.7. Penilaian Atribut Fasilitas	76
4.8. Penilaian Atribut Produk	77
4.9. Penilaian Atribut Harga	78
4.10. Penilaian Atribut Kepuasan Konsumen	79
4.11. Estimasi Regresi Linier Berganda	81
4.12. Koefisien Korelasi Parsial	85