

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|--|-----------|
| Halaman Judul..... | ii |
| Lembar Pernyataan..... | iii |
| Lembar Pengesahan..... | iv |
| Prakata..... | v |
| Abstrak..... | vii |
| <i>Abstract</i> | viii |
| Daftar Isi..... | ix |
| Daftar Gambar..... | x |
| Daftar Tabel..... | xi |
| Daftar Lampiran..... | xii |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Penelitian | 1 |
| 1.2 Identifikasi Masalah | 4 |
| 1.3 Batasan Masalah | 5 |
| 1.4 Rumusan Masalah | 5 |
| 1.5 Tujuan Penelitian | 5 |
| 1.6 Manfaat Penelitian | 5 |
| | |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 7 |
| 2.1 Jasa | 7 |
| 2.1.1 Kualitas Pelayanan | 8 |
| 2.1.2 Definisi Kepuasan Konsumen | 10 |
| 2.2 Kajian Penelitian Terdahulu | 13 |
| 2.2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu | 14 |
| 2.2.2 Perbedaan Antara Penelitian Terdahulu dengan Penelitian ini | 18 |
| | |
| BAB III METODE PENELITIAN | 19 |
| 3.1 Kerangka Penelitian | 19 |
| 3.2 Hipotesis Penelitian | 20 |

| | | |
|-------|---|----|
| 3.2.1 | Hubungan Antara <i>Tangible</i> dan Kepuasan Konsumen | 21 |
| 3.2.2 | Hubungan Antara <i>Reliable</i> dan Kepuasan Konsumen | 22 |
| 3.2.3 | Hubungan Antara <i>Responsiveness</i> dan Kepuasan Konsumen | 22 |
| 3.2.4 | Hubungan Antara <i>Assurance</i> dan Kepuasan Konsumen | 23 |
| 3.2.5 | Hubungan Antara <i>Emphaty</i> dan Kepuasan Konsumen | 24 |
| 3.2.6 | Hubungan Antara <i>Tangible, Reliable, Responsiveness, Assurance, Emphaty</i> dan Kepuasan Konsumen | 25 |
| 3.3 | Kerangka Model Penelitian | 25 |
| 3.4 | Desain Penelitian | 26 |
| 3.5 | Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel | 27 |
| 3.5.1 | Definisi Kualitas Pelayanan | 28 |
| 3.5.2 | Definisi Kepuasan Konsumen | 30 |
| 3.6 | Tehnik Pengumpulan Data dan Pengambilan Sampel | 30 |
| 3.6.1 | Tehnik Pengumpulan Data | 30 |
| 3.6.2 | Tehnik Pengambilan Sampel | 31 |
| 3.7 | Uji Kualitas Data | 34 |
| 3.7.1 | Uji Validitas | 34 |
| 3.7.2 | Uji Reliabilitas | 34 |
| 3.8 | Uji Asumsi Klasik | 35 |
| 3.8.1 | Uji Normalitas | 35 |
| 3.8.2 | Uji Multikolinearitas | 36 |
| 3.8.3 | Uji Heteroskedastisitas | 36 |
| 3.9 | Metode Analisis | 37 |
| 3.9.1 | Analisi Regresi Berganda | 37 |
| 3.9.2 | Uji <i>Goodness of Fit</i> | 38 |
| 3.9.3 | Uji Parsial (Uji t) | 39 |

| | | |
|---------------|--|-----------|
| 3.9.4 | Uji Anova | 39 |
| 3.9.5 | Koefisien Determinasi (R^2) | 40 |
| 3.9.6 | Hipotesis | 41 |
| BAB IV | HASIL DAN PEMBAHASAN | 44 |
| 4.1 | Gambaran Umum Objek Penelitian | 44 |
| 4.1.1 | Profil Perusahaan | 44 |
| 4.1.2 | Visi dan Misi Perusahaan | 45 |
| 4.1.3 | Struktur Organisasi | 46 |
| 4.2 | Pembahasan | 47 |
| 4.2.1 | Profil Responden | 47 |
| 4.2.2 | Uji Kualitas Data | 61 |
| 4.2.3 | Uji Asumsi Klasik | 63 |
| 4.2.4 | Pengujian Hipotesis | 66 |
| 4.2.5 | Pembahasan Hasil Penelitian | 73 |
| 4.2.6 | Implikasi Manajerial | 74 |
| BAB V | KESIMPULAN DAN SARAN | 76 |
| 5.1 | Kesimpulan | 76 |
| 5.2 | Keterbatasan Penelitian dan Penelitian Selanjutnya | 77 |
| 5.3 | Saran | 78 |
| | DAFTAR PUSTAKA | 79 |
| | DAFTAR LAMPIRAN | |