

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I	
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi dan pembatasan masalah.....	10
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	10
1.2.2 Pembatasan Masalah.....	10
1.3 Perumusan Masalah.....	11
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	11
1.4.1 Tujuan Penelitian.....	11
1.4.2 Manfaat Penelitian.....	12

BAB II	LANDASAN TEORI.....	13
2.1	Brand Image.....	13
2.1.1	Pengertian Brand Image(Merek).....	13
2.1.2	Brand Image (Citra Merek).....	15
2.1.3	Faktor-Faktor Yang Membentuk Brand Image.....	16
2.1.4	Dimensi Brand Image.....	18
2.2	Harga.....	19
2.2.1	Pengertian Harga.....	19
2.2.2	Tujuan Penetapan Harga.....	21
2.2.3	Dimensi Harga.....	23
2.3.	Kualitas Pelayanan.....	24
2.3.1	Definisi dan Pengertian Kualitas Pelayanan.....	24
2.3.2	Dimensi Kualitas Pelayanan.....	27
2.3.3	Prinsip-Prinsip Kualitas Pelayanan.....	31
2.4	Kepuasan Pelanggan.....	32
2.4.1	Definisi Dan Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	32
2.4.2	Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan.....	34
2.4.3	Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	36
2.4.4	Dimensi Kepuasan Pelanggan.....	38
2.5	Hasil Penelitian Sebelumnya.....	40
2.6	Hubungan Antar Variabel.....	43
2.6.1	Hubungan Antar Variabel Pengaruh Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen.....	43
2.6.2	Hubungan Antar Variabel Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.....	43
2.6.3	Hubungan Antar Variabel Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	44

2.6.4	Hubungan Antar Variabel Pengaruh Brand Image, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Secara Bersama-Sama Terhadap Kepuasan Konsumen.....	44
2.6.5	Hubungan Faktor Dominan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	45
2.7	Hipotesis.....	45
2.8	Model Penelitian.....	46
BAB III	METODE PENELITIAN.....	48
3.1	Desain Riset.....	48
3.2	Jenis Dan Sumber Data.....	49
3.2.1	Jenis Data.....	49
3.2.2	Sumber Data.....	50
3.3	Populasi, Sampel Dan Teknik Pengambilan Sampel.....	52
3.3.1	Populasi.....	52
3.3.2	Sampel.....	52
3.3.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	53
3.4	Unit Analisis.....	54
3.5	Definisi Operasional Variabel.....	54
3.5.1	Variabel Independen.....	54
3.5.2	Variabel Dependen.....	58
3.6	Teknik Analisa Data.....	62
3.6.1	Uji Validitas Dan Reabilitas.....	62
3.6.1.1	Uji Validitas.....	62
3.6.1.2	Uji Reabilitas.....	63
3.6.2	Analisis Regresi Linier Berganda.....	64
3.6.3	Uji Hipotesis.....	65
3.6.3.1	Uji Parsial (t).....	65
3.6.3.2	Uji Simultan (F).....	66

3.6.3.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	66
BAB IV	
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	67
4.1 Hasil Dan Pembahasan.....	67
4.1.1 Karakteristik Responden.....	67
4.1.1.1 Responden Grab Berdasarkan Jenis Kelamin.....	67
4.1.1.2 Responden Grab Berdasarkan Usia.....	68
4.1.1.3 Responden Grab Berdasarkan Pekerjaan.....	69
4.1.1.4 Responden Grab Berdasarkan Pendapatan.....	69
4.1.1.5 Responden Grab Berdasarkan Brand Image.....	70
4.1.1.6 Responden Grab Berdasarkan Harga.....	71
4.1.1.7 Responden Grab Berdasarkan Kualitas Pelayanan.....	72
4.2 Hasil Uji Instrument Penelitian.....	73
4.2.1 Uji Validitas.....	73
4.2.1.1 Hasil Uji Validitas Variabel Brand Image (X_1).....	73
4.2.1.2 Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X_2).....	74
4.2.1.3 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X_3).....	74
4.2.1.4 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....	76
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	76
4.3 Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	77
4.4 Uji Hipotesis.....	79
4.4.1 Hasil Uji Parsial (t).....	79
4.4.2 Hasil Uji Simultan (F).....	82
4.4.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	83
4.4.4 Hasil Uji Parsial (t) Yang Paling Dominan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen.....	84
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian.....	85
4.6 Temuan Penelitian.....	89

4.7	Keterbatasan Penelitian.....	90
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	91
5.1	Kesimpulan.....	91
5.2	Saran.....	93
5.3	Implikasi Hasil Penelitian.....	94
DAFTAR PUSTAKA.....		96
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....		99