

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
UCAPAN TERIMAKASIH	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah	8
1.3 Rumusan Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Pemasaran	11
2.1.1 Fungsi Pemasaran	11
2.1.2 Pentingnya Pemasaran	12
2.2 Kualitas Pelayanan	13
2.2.1 Defenisi Kualitas Pelayanan	13
2.2.2 Pengertian Kualitas Pelayana	14
2.2.3 Karakteristik Jasa	16
2.2.4 Strategi Pemasaran Jasa	17
2.2.5 Dimensi Kualitas Pelayanan	18
2.3 Persepsi Harga	18
2.3.1 Defenisi Persepsi Harga	18
2.3.2 Perilaku Harga	19
2.3.3 Tujuan Penetapan Harga	20
2.3.4 Faktor Pertimbangan Dalam Penetapan Harga	21

2.3.5 Dimensi Persepsi Harga	21
2.4 Kepuasan Konsumen	21
2.4.1 Definisi Kepuasan Konsumen	21
2.4.2 Teori Kepuasan Konsumen	22
2.4.3 Pengembangan Kepuasan Konsumen	23
2.4.4 Pengukuran Kepuasan Konsumen	24
2.4.5 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen	25
2.4.6 Dimensi Kepuasan Konsumen	26
2.5 Loyalitas Konsumen	26
2.5.1 Definisi Loyalitas Konsumen	26
2.5.2 Merancang Dan Menciptakan Loyalitas	27
2.5.3 Prinsip-Prinsip Loyalitas Konsumen	28
2.5.4 Mempertahankan Loyatlitas Konsumen	29
2.5.5 Tingkat Loyalitas Konsumen	30
2.5.6 Dimensi Loyalitas Konsumen	30
2.6 Penelitian Terdahulu	32
2.7 Hubungan Antar Variabel	35
2.7.1 Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kualitas Konsumen.....	35
2.7.2 Hubungan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.....	35
2.7.3 Hubungsn Kepuasan Konsumen Terhadap Loyatlitas Konsumen	35
2.7.4 Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen	36
2.7.5 Hubungan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Konsumen.....	36
2.7.6 Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen	36
2.7.7 Hubungan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen	37
2.8 Hipotesis.....	37
2.9 Model Penelitian.....	38
BAB III METODE PENELITIAN	39
3.1 Desain Reset	39
3.2 Jenis Dan Sumber Data.....	39
3.2.1 Jenis Data	39
3.2.2 Sumber Data.....	39
3.3 Populasi dan Sampel.....	40

3.3.1 Populasi	40
3.3.2 Sampel.....	40
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	40
3.4 Unit Analisis.....	41
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	41
3.5.1 Definisi Operasional Variabel Kualitas Pelayanan.....	41
3.5.2 Definisi Operasional Variabel Persepsi Harga.....	42
3.5.3 Definisi Operasional Variabel Kepuasan Konsumen	43
3.5.4 Definisi Operasional Variabel Loyalitas Konsumen	44
3.6 Uji Instrumen.....	44
3.6.1 Uji Validitas	44
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	45
3.7 Teknik Analisis Data	46
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	46
3.7.2 Uji Asumsi Klasik.....	47
3.7.3 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	48
3.7.4 Uji F.....	51
3.7.5 Uji t	51
3.7.6 Koefisien Determinasi	52
BAB IV HASIL PENELITIAN	53
4.1 Gambaran Objek Penelitian	53
4.2 Karakteristik Responden.....	53
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
4.2.2 Responden Berdasarkan Usia.....	54
4.2.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	54
4.2.4 Responden Berdasarkan Frekuensi Pengeluaran.....	55
4.2.5 Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan	55
4.3 Analisis Deskriptif.....	56
4.3.1 Pengukuran Indeks Variabel Kualitas Pelayanan	56
4.3.2 Pengukuran Indeks Variabel Persepsi Harga	58
4.3.3 Pengukuran Indeks Variabel Kepuasan Konsumen.....	60
4.3.4 Pengukuran Indeks Variabel Loyalitas Konsumen.....	61
4.4 Uji Validitas dan Uji Realibilitas	62
4.4.1 Uji Validitas	62

4.4.2 Uji Reliabilitas.....	66
4.5 Uji Asumsi Klasik	68
4.5.1 Uji Normalitas	68
4.5.2 Uji Multikolonieritas	69
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas.....	69
4.5.4 Uji Autokorelasi	70
4.6 Analisis Jalur	71
4.6.1 Analisis Jalur Tahap 1.....	71
4.6.2 Analisis Jalur Substruktur Persamaan II	75
4.6.3 Analisis Jalur Gabungan Substruktur Tahap I dan Tahap II	79
4.6.4 Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak Langsung dan Pengaruh.....	80
BAB V PEMBAHASAN	82
5.1 Pembahasan Hasil Penelitian	82
5.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	82
5.1.2 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen	82
5.1.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen.....	83
5.1.4 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Konsumen	84
5.1.5 Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen.....	84
5.1.6 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen	85
5.1.7 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen	86
5.2 Temuan Penelitian	86
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	87
BAB VI KESIMPULAN, SARAN, DAN IMPLIKASI.....	88
6.1 Kesimpulan	88
6.2 Saran	88
6.3 Implikasi Penelitian	89
6.3.1 Implikasi Teoritis	89
6.3.2 Implikasi Praktis	90
DAFTAR PUSTAKA.....	91
LAMPIRAN	94