

DAFTAR ISI

<u>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI</u>	ii
<u>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN</u>	iii
<u>HALAMAN PENGESAHAN</u>	iv
<u>KATA PENGANTAR</u>	v
<u>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS</u>	vi
<u>ABSTRAK</u>	vii
<u>DAFTAR ISI</u>	viii
<u>DAFTAR TABEL</u>	xii
<u>DAFTAR GAMBAR</u>	xiii
<u>DAFTAR LAMPIRAN</u>	xiv
<u>BAB I PENDAHULUAN</u>	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah	5
1.2.1 Identifikasi Masalah	5
1.2.2 Pembatasan Masalah	5
1.3 Rumusan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Perbedaan dengan penelitian sebelumnya	6
1.6 Manfaat Penelitian	7
<u>BAB II LANDASAN TEORI</u>	8
2.1 Pemasaran	8
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	8
2.1.2 Konsep Manajemen Pemasaran	9
2.2 Pemasaran Jasa.....	9
2.2.1 Pengertian Pemasaran Jasa	9
2.2.2 Karakteristik Jasa	10
2.3 Kualitas Pelayanan	11
2.3.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	11
2.3.2 Dimensi dan Indikator Kualitas Pelayanan.....	11
2.4 Persepsi Harga.....	12
2.4.1 Pengertian Persepsi Harga	12

2.4.2 Tujuan Penetapan Harga.....	13
2.4.3 Tujuan spesifik penetapan harga jasa	14
2.4.4 Dimensi dan Indikator persepsi Harga	14
2.5 Citra Merek	15
2.5.1 Pengertian Citra Merek	15
2.5.2 Dimensi dan Indikator Citra Merek	16
2.6. Loyalitas Pelanggan	17
2.6.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	17
2.6.2 Membangun Loyalitas Pelanggan.....	17
2.6.3 Dimensi dan Indikator Loyalitas Pelanggan	18
2.7 Hubungan Antar Variabel	22
2.7.1 Hubungan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan	22
2.7.2 Hubungan persepsi harga terhadap loyalitas Pelanggan	22
2.7.3 Hubungan citra merek terhadap loyalitas Pelanggan	22
2.8 Hipotesis Penelitian.....	23
2.9 Model Penelitian	24
<u>BAB III METODE PENELITIAN.....</u>	25
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	25
3.2 Desain Riset	25
3.3 Jenis dan Sumber Data	25
3.3.1 Jenis Data	25
3.3.2 Sumber data.....	26
3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	26
3.4.1 Populasi.....	26
3.4.2 Sampel.....	27
3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	27
3.5 Unit Analisis	27
3.6 Definisi Operasional Variabel	28
3.7 Teknik Analisis Data.....	30
3.7.1 Uji Validitas	30
3.7.2 Uji Reliabilitas	30
3.7.3 Analisis deskriptif penelitian.....	31
3.8 Uji Asumsi Klasik	31
3.8.1 Uji Normalitas.....	31

3.8.2 Uji Multikolinearitas	32
3.8.3 Uji Heterokedastisitas.....	32
3.9 Uji Hipotesis	32
3.9.1 Analisis Regresi Linier Berganda	32
3.9.2 Uji F	33
3.9.3 Uji t	33
3.9.4 Koefisien Determinasi (R^2)	34
BAB IV HASIL PENELITIAN	35
4.1 Karakteristik responden.....	35
4.1.1 Berdasarkan Jenis Kelamin	35
4.1.2 Berdasarkan usia	35
4.1.3 Berdasarkan pendidikan terakhir	36
4.1.4 Berdasarkan pekerjaan	36
4.1.5 Berdasarkan frekuensi menggunakan Grab-food.....	37
4.2 Hasil uji validitas, reliabilitas dan analisis deskriptif penelitian	37
4.2.1 Uji validitas	37
4.2.2 Uji reliabilitas.....	40
4.2.3 Analisis deskriptif penelitian	40
4.3 Uji Asumsi Klasik	45
4.3.1 Uji normalitas.....	45
4.3.2 Uji multikolinearitas.....	46
4.3.3 Uji heteroskedastisitas	46
4.4 Analisis data.....	47
4.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda	47
4.4.2 Uji F	48
4.4.3 Uji T	49
4.4.4 Koefisian determinan	50
BAB V PEMBAHASAN	51
5.1 Pembahasan hasil penelitian.....	51
5.1.1 Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan	51
5.1.2 Pengaruh persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan	51
5.1.3 Pengaruh citra merek terhadap loyalitas pelanggan.....	52
5.1.4 Pengaruh kualitas pelanggan, persepsi harga, dan citra merek	52
terhadap loyalitas pelanggan	52

5.2 Temuan dan diskusi penelitian	53
5.3 Keterbatasan penelitian	53
BAB VI PENUTUP	54
6.1 Kesimpulan	54
6.2 Implikasi penelitian	55
6.2.1 Implikasi teoritis.....	55
6.2.2 Implikasi praktis.....	55
6.2.3 Implikasi majerial.....	55
6.3 Saran	55
6.3.1 Bagi perusahaan	55
6.3.2 Bagi peneliti selanjutnya	56
DAFTAR PUSTAKA	57
LAMPIRAN.....	59