

## DAFTAR ISI

<b>JUDUL</b>	i
<b>KATA PENGANTAR</b>	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b>	iii
<b>PERNYATAAN</b>	iv
<b>DAFTAR ISI</b>	v
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	viii
<b>DAFTAR TABEL</b>	ix
<b>INTISARI</b>	x
<b>ABSTRAK</b>	xi
<b>BAB-BAB:</b>	
<b>BAB I Pendahuluan</b>	
1.1 Latarbelakang	11
1.2 Tujuan Riset	19
1.3 Pertanyaan Riset	19
1.4 Lingkup Riset	19
1.4.1 Objek Riset	19
1.4.2 Lokasi Riset	20
1.5 kontribusi Riset	20
1.5.1 Kontribusi Secara Teoritis	20
1.5.2 Kontribusi Secara Praktis	21
<b>BAB II Landasan Teori dan Pengembangan Hipotesis</b>	
2.1 Kepuasan Pelanggan	23
2.2 Model Kepuasan Pelanggan	26
2.3 Kualitas Jasa	28
2.4 Dimensi dan Atribut yang Membentuk Kualitas Jasa	31
2.5 Hubungan Kepuasan Pelanggan Dengan Dimensi Kualitas Jasa	35
2.6 Model Penelitian	41
<b>BAB III Metode Penelitian</b>	
3.1 Strategi Riset	42
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran	42
3.2.1 Kepuasan Pelanggan	42
3.2.2 Variabel Kualitas Jasa	45
3.3 Desain Pengambilan Sampel	50
3.3.1 Unit Sampel	50
3.3.2 Metode Pengambilan Sampel	51
3.3.3 Jumlah Sampel	51
3.3.4 Lokasi Penelitian	52
3.4 Objek Riset	54
3.5 Metode Pengumpulan Data	59
3.6 Profil Responden	60

3.7 Instrumen Riset dan Pengkodean	60
3.8 Pengujian Instrumen	61
3.8.1 Metode dan Hasil Pengujian Validitas Instrumen	61
3.8.1.1 Metode	61
3.8.1.2 Hasil Pengujian Validitas Instrumen	63
3.8.2 Metode dan Hasil Pengujian Reabilitas Instrumen	64
3.8.2.1 Metode	65
3.8.2.2 Hasil Pengujian Reabilitas Instrumen	67
3.9 Metode Analisa Data	69
3.9.1 Metode Analisa Data	69
3.9.2 Tingkat Signifikansi	73
3.9.3 Metode Pengujian Hipotesis	73
3.9.3.1 Uji Signifikansi Parsial (Uji-t)	73
3.9.3.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji-F)	73
<b>BAB IV Analisa Data</b>	
4.1 Kualitas Data Penelitian	75
4.2 Statistik Deskriptif	80
4.3 Analisa Korelasi Product Moment	81
4.4 Analisis Regresi dan Goodness of Fit Model	82
4.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda	82
4.4.2 Goodness of Fit Model	83
4.5 Pengujian Hipotesis: Hasil dan Diskusi	85
4.5.1 Uji-t perhipotesis (Uji-t)	85
4.5.2 Uji Bersama-sama /Simultan (Uji-F)	90
4.5.3 Uji Dominan (Koefisien Beta)	92
<b>BAB V Kesimpulan dan Implikasi Pemasaran</b>	
5.1 Kesimpulan	94
5.2 Implikasi	94
5.2.1 Implikasi Praktis	94
5.2.2 Implikasi Teoritis	96
5.3 Arahana Riset Mendatang	97
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	99
<b>LAMPIRAN</b>	102
Lampiran 1 Kuesioner	103
Lampiran 2 Analisis Korelasi <i>Product Moment</i>	109
Lampiran 3 Uji Validitas dan Uji Reabilitas	110
Lampiran 4 Analisis Deskriptif	128
Lampiran 5 Analisis Regresi Berganda	129
Lampiran 6 Tabel Distribusi	135