

DAFTAR ISI

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	i
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR RUMUS	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	2
1.1 Latar Belakang	2
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Batasan Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Pengertian Konsumen/Pelanggan.....	10
2.2 Pengertian Kepuasan Konsumen.....	11
2.3 Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen	12
2.4 Teknik Pengukuran Kepuasan Konsumen	13
2.5 Pengertian SERQUAL (<i>Service Quality</i>) / Kualitas Pelayanan	15
2.6 Pengertian <i>Drive thru</i>	19
2.7 Penelitian Terdahulu.....	23

BAB III METODE PELAKSANAAN	26
3.1 Desain Penelitian	26
3.2 Definisi Operasional Variabel	27
3.3 Tempat dan Waktu Penelitian	29
3.4 Populasi dan Sampel	29
3.5 Teknik Pengumpulan Data	30
3.6 Teknik Pengolahan Data	32
3.7 Teknik Analisis Data	33
3.7.1 Uji Coba Instrumen	33
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	35
3.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda	38
3.7.4 Uji R Square / Koefisien Determinasi	39
3.7.5 Uji Hipotesis	39
DIAGRAM ALIR	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Hasil Kuisisioner	43
4.2 Karakteristik Responden	47
4.2.1 Jenis Kelamin:	48
4.2.2 Usia	49
4.2.3 Pekerjaan	50
4.2.4 Domisili	51
4.2.4 Penghasilan / Uang Saku Perbulan	52
4.2.5 Intensitas Kunjungan	53
4.2.6 Gerai yang dikunjungi	54
4.3 Hasil Uji Validitas	56

4.3.1	Hasil Uji Coba Kuisisioner	56
4.3.2	Hasil Uji Kuisisioner Lanjutan	59
4.4	Hail Uji Reliabilitas	62
4.5	Hasil Uji Asumsi Klasik	63
4.5.1	Uji Normalitas	63
4.5.2	Uji Multikolinieritas	65
4.5.3	Uji Heteroskedastisitas	66
4.6	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	68
4.7	Hasil Uji R Square	71
4.9	Hasil Uji F	72
4.10	Hasil Uji T	74
a.	Pengaruh <i>Tangible</i> / Bukti Nyata Terhadap Kepuasan Konsumen	75
b.	Pengaruh <i>Reliability</i> / Kendalan Terhadap Kepuasan Konsumen	77
c.	Pengaruh <i>Responsive</i> / Daya Tanggap Terhadap Kepuasan Konsumen	79
d.	Pengaruh <i>Assurance</i> / Jaminan Terhadap Kepuasan Konsumen	81
e.	Pengaruh <i>Empathy</i> / Empati Terhadap Kepuasan Konsumen	84
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		87
5.1	Kesimpulan	87
5.2	Saran	88
DAFTAR PUSTAKA		90
LAMPIRAN		94