

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAKSI .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GRAFIK FREKUENSI .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	10
C. Tujuan Penelitian .....	11
D. Hipotesis .....	11
E. Manfaat Penelitian .....	11
F. Metode Penelitian .....	12
1. Jenis Penelitian .....	12
2. Subjek dan Objek .....	12
3. Populasi dan Sampel .....	13

4. Teknik Pengambilan Data .....	13
5. Jenis Data Penelitian .....	14
6. Teknik Pengumpulan Data .....	15
7. Teknik Analisis Data .....	17
G. Pengukuran Variabel .....	18
H. Sistematika Penulisan .....	19

## **BAB II LANDASAN TEORI**

A. Pengertian Pemasaran .....	22
B. Tugas Pemasaran .....	23
C. Analisis Lingkungan Pemasaran .....	25
D. Pengertian Bauran Pemasaran .....	26
E. Segmentasi Pasar.....	30
F. Perilaku Pembeli .....	32
G. Kualitas Layanan.....	33
H. Kebutuhan, Keinginan dan Permintaan .....	34
I. Kepuasan Konsumen.....	36
J. Membangun Nilai, Kepuasan, Loyalitas .....	41
K. Mengukur Kepuasan .....	47
L. Mengelola Kualitas Layanan .....	48
M. Pertukaran dan Transaksi .....	50
N. Pengertian Pelanggan .....	54

### **BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

A. Visi dan Misi Perusahaan.....	59
B. Sejarah Singkat Perusahaan .....	60
C. Personalia .....	61
D. Fasilitas Pelayanan .....	66
E. <i>Marketing Mix</i> Saudara Ban .....	68

### **BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

A. Analisis Identitas Responden .....	70
B. Uji Validitas .....	76
C. Uji Reliabilitas .....	78
D. Analisis Deskriptif Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	79
E. Uji Regresi Berganda .....	87
F. Pembahasan .....	90

### **BAB V SIMPULAN DAN SARAN**

A. Simpulan .....	92
B. Saran .....	94

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**

## **DAFTAR GAMBAR**

GAMBAR 2.1	Faktor Perilaku Pembelian Konsumen .....	32
GAMBAR 2.2	Pendekatan Tradisional .....	42
GAMBAR 2.3	Pedekatan Tradisonal .....	43
GAMBAR 3.1	Struktur Organisasi Saudara Ban .....	62

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Kategori Skala Likert .....	16
Tabel 4.1	Rekapitulasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	71
Tabel 4.2	Rekapitulasi Responden Berdasarkan Tingkat Usia .....	72
Tabel 4.3	Rekapitulasi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	73
Tabel 4.4	Rekapitulasi Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	74
Tabel 4.5	Rekapitulasi Responden Berdasarkan Pendapatan .....	75
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas. ....	76
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas. ....	77
Tabel 4.8	Analisis Hasil Jawaban Responden Dimensi Tangibles .....	79
Tabel 4.9	Analisis Hasil Jawaban Responden Dimensi Reliability .....	80
Tabel 4.10	Analisis Hasil Jawaban Responden Dimensi Responsiveness .....	81
Tabel 4.11	Analisis Hasil Jawaban Responden Dimensi Assurance .....	83
Tabel 4.12	Analisis Hasil Jawaban Responden Dimensi Empathy .....	84
Tabel 4.13	Analisis Hasil Jawaban Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	85
Tabel 4.13	Tabel Koefisien Korelasi .....	87
Tabel 4.14	Tabel Hasil Uji F .....	88
Tabel 4.15	Tabel Koefisien Berganda .....	89

## **DAFTAR GRAFIK FREKUENSI**

GRAFIK 4.1	Kategori Jawaban Responden Dimensi Tangibles .....	80
GRAFIK 4.2	Kategori Jawaban Responden Dimensi Reliability .....	81
GRAFIK 4.3	Kategori Jawaban Responden Dimensi Responsiveness ....	82
GRAFIK 4.4	Kategori Jawaban Responden Dimensi Assurance .....	84
GRAFIK 4.5	Kategori Jawaban Responden Dimensi Empathy .....	85
GRAFIK 4.6	Kategori Jawaban Responden Dimensi Kepuasan Pelanggan	86