

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Halaman Persetujuan Pembimbing	iii
Halaman Pengesahan	iv
Halaman Motto	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xiii
Daftar Lampiran	xv
Abstrak	xvi
Abstract	xvii

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Batasan Masalah	8
D. Rumusan Masalah	9
E. Tujuan Penelitian	9
F. Manfaat Penelitian	10
G. Sistematika Pembahasan	10

BAB II : LANDASAN TEORI

A. Manajemen Pemasaran	13
1. Pengertian Manajemen Pemasaran	13
B. Kualitas Pelayanan	14
1. Pengertian Kualitas Pelayanan	14
2. Faktor Yang Memengaruhi Kualitas Pelayanan	16
C. Harga	19

1. Pengertian Harga	19
2. Prosedur Untuk Menetapkan Harga	22
3. Struktur Biaya	22
4. Tujuan Penetapan Harga	22
5. Tujuan Potongan Harga	24
D. Promosi	25
1. Pengertian Promosi	25
2. Tujuan Promosi Penjualan	25
3. Fungsi-fungsi iklan	27
4. Alat promosi Penjualan	27
5. Peran Promosi Penjualan	31
E. Kepuasan Konsumen	32
1. Pengertian Kepuasan Konsumen	32
2. Faktor-faktor yang memengaruhi Kepuasan Konsumen	34
F. Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen	36
G. Hubungan Antara Harga Terhadap Kepuasan Konsumen	36
H. Hubungan Antara Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen	37
I. Hubungan Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen	37
J. Penelitian Terdahulu	38
K. Kerangka Konseptual	42

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	47
1. Pendekatan Penelitian	47
2. Jenis Penelitian	47
B. Tempat dan Waktu Penelitian	48
C. Populasi, Sampel dan Sampling Penelitian	48
1. Populasi	48
2. Sampel	49
3. Sampling	50
D. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukurannya	52
1. Sumber Data	52
2. Variabel Penelitian	52
3. Skala Pengukuran	53
E. Teknik Pengumpulan Data	55
1. Teknik Pengumpulan Data	55
2. Instrumen Penelitian	56
F. Analisis Data	56

1. Uji Validitas	56
2. Uji Reabilitas	57
3. Uji Normalitas Data	57
4. Uji Asumsi Klasik.....	58
5. Uji Autokorelasi	58
6. Analisis Regresi Linier Berganda	60
7. Uji Secara Parsial (uji-t)	61
8. Uji Simulasi (uji-f)	61
9. Uji Determinan	62

BAB IV : HASIL PENELITIAN

A. Gambaran umum Perusahaan Grab	64
B. Deskripsi Responden	67
1. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia	67
C. Hasil Penelitian	69
1. Deskripsi Variabel Penelitian	69
D. Analisis Data	95
1. Uji Validitas	96
2. Uji Reabilitas	97
3. Uji Normalitas Data	99
4. Uji Asumsi Klasik.....	100
5. Uji Autokorelasi	102
6. Analisis Regresi Linier Berganda	105
7. Uji Secara Parsial (uji-t)	107
8. Uji Simulasi (uji-f)	110
9. Uji Determinan	111

BAB V : PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

A. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Peningkatan Kepuasan Konsumen	112
B. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen	114
C. Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen	115
D. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi terhadap Kepuasan Konsumen	116
E. Variabel Yang Paling Dominan Berpengaruh Dalam Kepuasan Konsumen	117

BAB VI : PENUTUP

A. Kesimpulan	118
---------------------	-----

B. Saran	119
----------------	-----

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN