

## DAFTAR ISI

<b>Halaman Sampul Luar</b> .....	i
<b>Halaman Sampul Dalam</b> .....	ii
<b>Halaman Persetujuan</b> .....	iii
<b>Halaman Pengesahan</b> .....	iv
<b>Halaman Motto</b> .....	v
<b>Halaman Persembahan</b> .....	vi
<b>Kata Pengantar</b> .....	vii
<b>Daftar Isi</b> .....	ix
<b>Daftar Tabel</b> .....	xii
<b>Daftar Gambar</b> .....	xiv
<b>Daftar Lampiran</b> .....	xv
<b>Abstrak</b> .....	xvi
<b>BAB I :       PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	5
C. Rumusan Masalah .....	6
D. Tujuan Penelitian .....	7
E. Kegunaan penelitian .....	8
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian .....	9
G. Penegasan Istilah .....	9
H. Sistematika Pembahasan .....	11
<b>BAB II :       LANDASAN TEORI</b>	
A. Deskripsi Teori .....	13
1. Citra Merek .....	13
2. Kualitas Jasa .....	18
3. Nilai Pelanggan .....	22

4. Kepuasan Konsumen .....	23
B. Kajian Penelitian Terdahulu .....	28
C. Kerangka Konseptual .....	34
D. Hipotesis Penelitian .....	35
<b>BAB III :     METODE PENELITIAN</b>	
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	37
B. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian .....	37
C. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran .....	39
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian .....	41
E. Analisis Data .....	44
<b>BAB IV :     HASIL PENELITIAN</b>	
A. Deskripsi Data .....	53
1. Analisis Deskripsi Data .....	53
2. Analisis Deskripsi Variabel .....	60
B. Pengujian Instrumen Data .....	72
1. Uji Validitas .....	72
2. Uji Reliabilitas .....	74
3. Uji Normalitas .....	76
4. Uji Multikolinearitas .....	77
5. Uji Autokorelasi .....	78
6. Uji Heterokedastisitas .....	80
C. Analisis Data .....	81
1. Uji Regresi Linear Berganda .....	81
2. Uji Hipotesis .....	83
a. Uji secara Parsial (Uji t) .....	84
b. Uji secara Simultan (Uji f) .....	86
c. Uji Koefisien Determinasi .....	88
<b>BAB V :     PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN</b>	

A. Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen Ojek <i>Online</i> Grab Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2018 IAIN Tulungagung .....	89
B. Pengaruh Kualitas Jasa terhadap Kepuasan Konsumen Ojek <i>Online</i> Grab Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2018 IAIN Tulungagung .....	95
C. Pengaruh Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Konsumen Ojek <i>Online</i> Grab Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2018 IAIN Tulungagung .....	100
D. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Jasa, dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Konsumen Ojek <i>Online</i> Grab Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2018 IAIN Tulungagung .....	105

**BAB VI : PENUTUP**

A. Kesimpulan.....	111
B. Saran.....	112

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN