

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL LUAR .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN SAMPUL DALAM.....</b>	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN PENGUJI .....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iviii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian .....	10
D. Kegunaan Penelitian .....	11
E. Ruang Lingkup Dan Batasan Penelitian .....	12
F. Penegasan Istilah.....	12
G. Sistematika Penulisan Skripsi .....	14
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>17</b>
A. Loyalitas Pelanggan.....	17
B. Kepuasan Pelanggan.....	22
C. Gaya Hidup .....	28
D. Bauran Pemasaran Jasa .....	32
E. Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa dan Gaya hidup Terhadap Kepuasan Pelanggan dan dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	37

F. Penelitian Terdahulu .....	60
G. Kerangka Konseptual .....	67
H. Hipotesis Penelitian .....	68
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>71</b>
A. Pendekatan Dan Jenis Penelitia.....	71
B. Populasi, Teknik Pengambilan Sampel Dan Sampel .....	71
C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran .....	73
D. Teknik Pengumpulan Data.....	75
E. Instrumen Penelitian .....	75
F. Teknik Analisis Data .....	78
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>83</b>
A. Gambaran Umum Ps Coffee and Kitchen.....	83
B. Karakteristik Responden .....	85
C. Deskripsi Data .....	92
D. Analisis Data.....	95
<b>BAB V PEMBAHASAN .....</b>	<b>106</b>
A. Pengaruh Dimensi Bauran Pemasaran Jasa Berupa Harga, Tempat, Produk, Promosi, Proses, Orang dan Seperangkat Alat Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	106
B. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	109
C. Pengaruh Loyalitas Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan. ....	111
D. Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. ....	114
E. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening.....	117
F. Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	119
G. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	122
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>	<b>125</b>
A. Kesimpulan .....	125
B. Saran .....	126
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>129</b>