

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar.....	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Halaman Persetujuan.....	iii
Halaman Pengesahan	iv
Halaman Motto.....	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi.....	viii
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar.....	xiii
Daftar Lampiran	xiv
Abstrak	xv

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	13
C. Rumusan Masalah	13
D. Tujuan Penelitian	14
E. Kegunaan Penelitian.....	14
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian	15
G. Penegasan Istilah.....	16
H. Sistematika Penulisan Skripsi	18

BAB II : LANDASAN TEORI

A. Manajemen Pemasaran	20
B. Kepuasan Pelanggan	21
C. Kualitas Pelayanan	26
D. Promosi	31
E. <i>Islamic Branding</i>	37
F. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	43
G. Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan	45
H. Pengaruh <i>Islamic Branding</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan	46
I. Kajian Penelitian Terdahulu	47
J. Kerangka Konseptual	54
K. Hipotesis	54
L. Variabel dan Indikator Penelitian	55

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	56
B. Populasi, Sampling, Dan Sampel Penelitian	57
C. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran	60
1. Sumber Data	60
2. Variabel dan Skala Pengukuran	60
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian	61
1. Teknik Pengumpulan Data	61
2. Instrumen Penelitian	62
E. Teknik Analisa Data	65
1. Uji Asumsi Klasik	65
2. Persamaan Regresi	67
3. Uji Hipotesis	68
a. Koefisien Determinasi	68
b. Uji F (Uji Anova atau Uji Simultan)	69
c. Uji t (Uji Parsial)	69

BAB IV : HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Data	71
1. Karakteristik Responden	71
a. Jenis Kelamin Responden	71
b. Pekerjaan Responden	71

c. Usia Responden	72
d. Pembelian Produk.....	73
2. Deskripsi Variabel Penelitian	73
a. Variabel Kualitas Layanan (X1).....	73
b. Variabel Promosi (X2).....	75
c. Variabel Islamic Branding (X3)	76
d. Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	77
3. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	79
a. Uji Validitas dan Reliabilitas Kualitas Layanan.....	79
b. Uji Validitas dan Reliabilitas Promosi	80
c. Uji Validitas dan Reliabilitas Islamic Branding	81
d. Uji Validitas dan Reliabilitas Kepuasan Pelanggan	82
B. Uji Hipotesis	83
1. Uji Asumsi Klasik	83
a. Uji Normalitas	83
b. Uji Multikolinieritas	85
c. Uji Heteroskedastisitas	86
d. Uji Autokorelasi	86
2. Hasil Analisa Regresi	87
3. Pengujian Hipotesis	89
a. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	89
b. Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan	90
c. Pengaruh <i>Islamic Branding</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	90
4. Uji Koefisien Determinasi	91
5. Uji Anova	91

BAB V : PEMBAHASAN

A. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan..	93
B. Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan	99
C. Pengaruh <i>Islamic Branding</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan....	103
D. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, dan <i>Islamic Branding</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	106

BAB VI : PENUTUP

A. Kesimpulan	109
B. Saran	111
C. Keterbatasan Penelitian	112

DAFTAR PUSTAKA	113
LAMPIRAN-LAMPIRAN	117