

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Batasan Masalah	8
1.4 Rumusan Masalah.....	8
1.5 Tujuan Penelitian	8
1.6 Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kerangka Teoritis.....	10
2.1.1 Kepuasan Konsumen.....	10
2.1.2 <i>Sense of Marketing</i>	18
2.1.3 <i>Service Quality</i>	22
2.2 Penelitian Terdahulu	29
2.3 Kerangka Berpikir.....	31
2.4 Hipotesis	33

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	34
3.2	Populasi dan Sampel.....	34
3.3	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	37
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.5	Data dan Sumber Data.....	39
3.6	Teknik Analisis Data.....	40
3.7	Uji Asumsi Klasik.....	42
3.8	Ketepatan Model.....	44
3.9	Uji t (Parsial).....	45
3.10	Analisi Regresi Berganda.....	46
3.11	Uji R ² (Koefisien Determinasi).....	46

BAB VI HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Hasil Penelitian.....	47
4.2	Uji Instrument.....	48
4.3	Uji Asumsi Klasik.....	50
4.4	Ketepatan Model.....	52
4.5	Analisi Regresi Berganda.....	54
4.6	Uji R ² (Koefisien Determinasi).....	55
4.7	Pembahasan.....	55

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	59
5.2 Saran.....	60

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

