

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Pembatasan Masalah	6
1.4 Rumusan Masalah	7
1.5 Tujuan Penelitian	7
1.6 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kerangka Teori.....	9
2.1.1 Kualitas Pelayanan.....	9
2.1.1.1 Pengertian Kualitas	9
2.1.1.2 Pengertian Pelayanan	10
2.1.1.3 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	12
2.1.1.4 Dimensi Kualitas Pelayanan	14
2.1.1.5 Indikator Kualitas Pelayanan	14
2.1.1.6 Pelayanan Yang Baik	16
2.1.2 Persepsi Harga	17
2.1.2.1 Pengertian Persepsi	17

2.1.2.2	Pengertian Harga.....	18
2.1.2.3	Strategi Penetapan Harga	19
2.1.2.4	Tujuan Penetapan Harga	21
2.1.2.5	Indikator Persepsi Harga	23
2.1.3	Lokasi.....	25
2.1.3.1	Pengertian Lokasi	25
2.1.3.2	Indikator Lokasi	26
2.1.4	Kepuasan Konsumen	29
2.1.4.1	Defenisis Kepuasan Konsumen.....	29
2.1.4.2	Tingkat Kepuasan Konsumen	30
2.1.4.3	Tujuan Pemberian Kepuasan Kepada Konsumen	31
2.1.4.4	Pengukuran Kepuasan Konsumen.....	32
2.1.4.5	Indikator Kepuasan Konsumen	33
2.1.4.6	Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.....	35
2.2	Penelitian Yang Relevan	35
2.3	Kerangka Pemikiran.....	37
2.4	Hipotesis	40
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Lokasi Penelitian.....	41
3.2	Populasi dan Sampel	41
3.2.1	Populasi.....	41
3.2.2	Sampel	41

3.3 Variabel Penelitian dan Defenisi Operasional	43
3.3.1 Variabel Penelitian.....	43
3.3.2 Defenisi Operasional	44
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	47
3.4.1.1 Uji Validitas	48
3.4.1.2 Uji Reliabilitas	49
3.5 Teknik Analisis Data.....	50
3.5.1 Uji Asumsi Klasik.....	51
3.5.1.1 Uji Normalitas Data	51
3.5.1.2 Uji Multikolinearitas	52
3.5.1.3 Uji Heterokedastisitas	52
3.5.2 Analisis Regresi Berganda.....	53
3.5.3 Uji Hipotesis	54
3.5.3.1 Uji F (Simultan)	54
3.5.3.2 Uji T (Parsial).....	55
3.5.3.3 Koefisien Determinan (R^2)	56

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian	57
4.1.1 Sejarah Singkat Wonders Waters World CBD Polonia.....	57
4.1.2 Fasilitas	60
4.1.3 Strategi Bauran Pemasaran	61
4.1.4 Tugas dan Wewenang.....	63

4.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	64
4.2.1 Karakteristik Responden.....	64
4.2.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	66
4.3 Analisis Data Penelitian.....	73
4.3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Angket.....	73
4.3.3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Angket Kualitas Pelayanan.....	73
4.3.3.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Angket Persepsi Harga.....	75
4.3.3.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Angket Lokasi.....	76
4.3.3.4 Uji Validitas dan Reliabilitas Angket Kepuasan Konsumen.....	78
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	79
4.4.1 Uji Normalitas Data.....	79
4.4.2 Uji Multikolinearitas.....	82
4.4.3 Uji Heterokedastisitas.....	82
4.5 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	84
4.6 Uji Hipotesis.....	85
4.6.1 Uji F (Simultan).....	85
4.6.2 Uji t (Parsial).....	86
4.7 Uji Koefisien Determinasi.....	88
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian.....	88

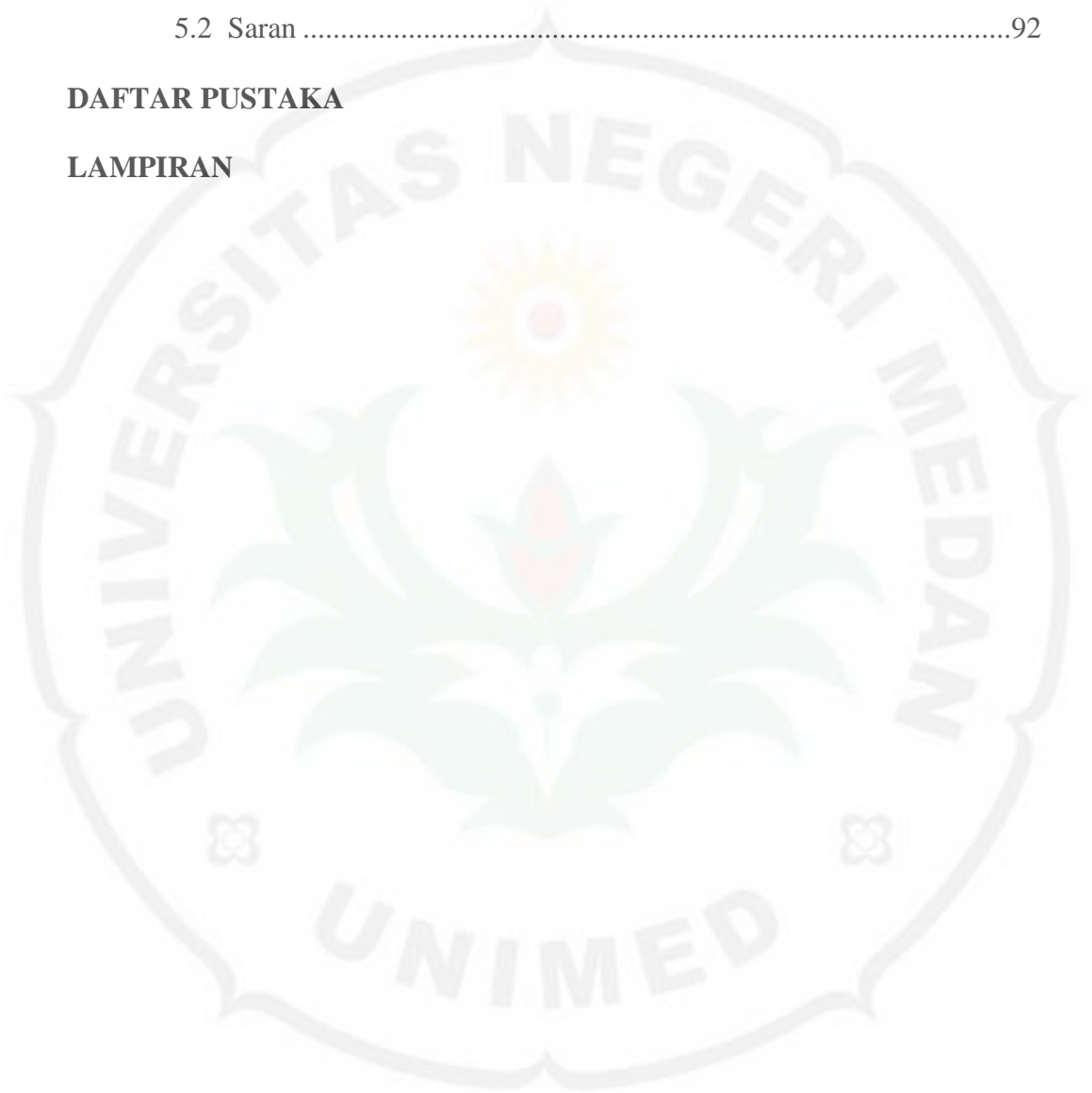
BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan.....	91
-------------------	----

5.2 Saran92

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



THE
Character Building
UNIVERSITY