

## DAFTAR ISI

### LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

### LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

ABSTRAK..... i

ABSTRACT ..... ii

KATA PENGANTAR..... iii

DAFTAR ISI..... vii

DAFTAR TABEL ..... xii

DAFTAR GAMBAR..... xiv

DAFTAR LAMPIRAN ..... xv

### BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang ..... 1

1.2 Identifikasi Masalah ..... 8

1.3 Pembatasan Masalah..... 8

1.4 Perumusan Masalah..... 8

1.5 Tujuan Penelitian..... 9

1.6 Manfaat Penelitian..... 10

### BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1 Kerangka Teoritis ..... 11

2.1.1 Fasilitas..... 11

2.1.1.1 Definisi Fasilitas ..... 11

2.1.1.2 Macam-macam Fasilitas ..... 12

2.1.1.3 Indikator Fasilitas..... 13

2.1.2 Citra..... 15

2.1.2.1 Definisi Citra ..... 15

2.1.2.2	Faktor – Faktor Pembentuk Citra Merek.....	16
2.1.2.3	Unsur-Unsur Citra Merek.....	16
2.1.2.4	Indikator Citra Merek.....	18
2.1.3	<i>Customer Value</i> .....	19
2.1.3.1	Pengertian <i>Customer Value</i> .....	19
2.1.3.2	Faktor Penentu <i>Customer Value</i> .....	19
2.1.3.3	Penciptaan <i>Customer Value</i> .....	21
2.1.3.4	Indikator <i>Customer Value</i> .....	22
2.1.4	Kepuasan Mahasiswa .....	25
2.1.4.1	Definisi Kepuasan Mahasiswa.....	25
2.1.4.2	Metode pengukuran Kepuasan Mahasiswa .....	25
2.1.4.3	Faktor yang mempengaruhi Kepuasan.....	26
2.1.4.4	Indikator Kepuasan Mahasiswa .....	28
2.2	Penelitian yang relevan .....	29
2.3	Kerangka Berpikir .....	32
2.3.1	Hubungan Fasilitas dengan Kepuasan Mahasiswa .....	33
2.3.2	Hubungan Citra dengan Kepuasan Mahasiswa .....	33
2.3.3	Hubungan <i>Customer Value</i> dengan Kepuasan Mahasiswa.....	33
2.4	Hipotesis.....	34
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>		
3.1	Lokasi Penelitian .....	35
3.2	Sumber Data.....	35
3.2.1	Data Primer.....	35

3.2.2 Data Sekunder.....	35
3.3 Populasi dan Sampel.....	36
3.3.1 Populasi.....	36
3.3.2 Sampel.....	36
3.4 Variable Penelitian dan Definisi Operasional.....	38
3.4.1 Variabel Penelitian.....	38
3.4.2 Definisi Operasional.....	38
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.5.1 Studi Kepustakaan.....	40
3.5.2 Wawancara.....	40
3.5.3 Kuesioner.....	41
3.5.4 Metode Analisis Deskriptif.....	42
3.5.5 Metode Analisis Kuantitatif.....	42
3.5.5.1 Uji Validitas.....	42
3.5.5.2 Uji Reliabilitas.....	43
3.6 Teknik Analisis Data.....	45
3.6.1 Uji Asumsi Klasik.....	45
3.6.1.1 Uji Normalitas.....	45
3.6.1.2 Uji Multikolinearitas.....	46
3.6.1.3 Uji Heterokedastisitas.....	46
3.6.2 Analisis Regresi Berganda.....	46
3.6.3 Uji Signifikasi simultan (Uji F).....	47
3.6.4 Koefisien Determinan $R^2$ .....	48

3.6.5 Uji Parsial (Uji t).....	49
--------------------------------	----

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Profil Perusahaan.....	51
4.1.1 Sejarah Jurusan Manajemen UNIMED.....	51
4.1.2 Visi dan Misi Jurusan Manajemen UNIMED .....	53
4.1.3 Data pegawai mahasiswa Jurusan Manajemen UNIMED .	54
4.1.3.1 Fungsionaris Jurusan Manajemen UNIMED .....	54
4.1.3.2 Daftar dosen Jurusan Manajemen UNIMED.....	54
4.1.3.3 Data Mahasiswa Jurusan Manajemen UNIMED...	55
4.2 Responden penelitian.....	56
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Penelitian.....	57
4.3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Fasilitas ( $X_1$ ) .....	57
4.3.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Citra ( $X_2$ ) .....	59
4.3.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel <i>Customer</i>	
<i>Value</i> ( $X_2$ ) .....	60
4.3.4 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kepuasan	
Mahasiswa (Y) .....	62
4.4 Analisis Deskriptif.....	63
4.4.1 Analisis Deskriptif variabel Fasilitas .....	63
4.4.2 Analisis Deskriptif variabel Citra .....	64
4.4.3 Analisis Deskriptif variabel <i>Customer Value</i> .....	65
4.4.4 Analisis Deskriptif Kepuasan Mahasiswa.....	66
4.5 Analisis Kuantitatif.....	67
4.5.1 Uji Asumsi Klasik.....	67

4.5.1.1 Uji Normalitas.....	67
4.5.1.2 Uji Multikolinearitas .....	68
4.5.1.3 Uji Heterokedastisitas .....	69
4.5.2 Pengujian Hipotesis Penelitian .....	70
4.5.2.1 Uji Hipotesis 1 .....	72
4.5.2.2 Uji Hipotesis 2 .....	74
4.5.2.3 Uji Hipotesis 3 .....	76
4.5.2.4 Uji Hipotesis 4 .....	77
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian .....	78
4.6.1 Pengaruh Simultan Fasilitas, Citra dan <i>Customer Value</i> terhadap Kepuasan Mahasiswa .....	78
4.6.2 Pengaruh Parsial .....	78
4.6.2.1 Pengaruh parsial Fasilitas .....	78
4.6.2.2 Pengaruh parsial Citra .....	79
4.6.2.3 Pengaruh parsial <i>Customer Value</i> .....	80
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan .....	83
5.2 Saran .....	84

**Daftar Pustaka**

**Lampiran**