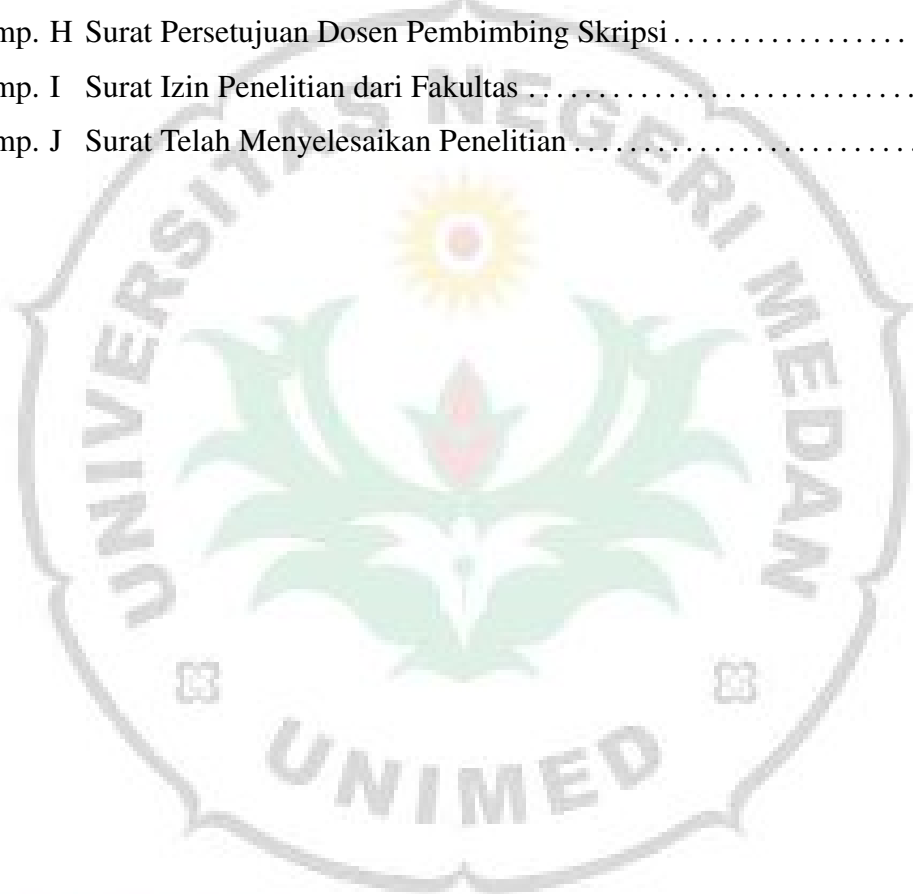


DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAN ORISINALITAS	iii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
RIWAYAT HIDUP	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Ruang Lingkup	5
1.4 Batasan Masalah	5
1.5 Rumusan Masalah	5
1.6 Tujuan Penelitian	5
1.7 Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Citra Merek	7
2.1.1 Dimensi Citra Merek	7
2.2 Kualitas Pelayanan	8
2.2.1 Dimensi Kualitas Mutu Pelayanan	8
2.3 Harga	9
2.3.1 Faktor yang Mempengaruhi Penetapan Harga	10
2.3.2 Dimensi Harga	10
2.4 Promosi	11
2.4.1 Faktor yang Mempengaruhi Promosi	11
2.4.2 Panduan Promosi	12
2.5 Kepuasan Konsumen	13
2.5.1 Pengukuran Kepuasan Konsumen	13
2.5.2 Contoh Konsumen yang Puas	13
2.6 Jumlah dan Cara Pengambilan Sampel	14
2.7 Skala Pengukuran	15
2.8 Uji Instrumen Penelitian	15
2.8.1 Uji Validitas Instrumen	15
2.8.2 Uji Reliabilitas Instrumen	16

2.9	Analisis Regresi Berganda	17
2.10	Uji Asumsi Klasik	18
2.10.1.	Uji Normalitas	19
2.10.2.	Uji Multikolinieritas	20
2.10.3.	Uji Heteroskedastisitas	21
2.11	Uji Kesesuaian Model Linier (<i>lack-of-fit test</i>)	21
2.12	Pengujian Parameter Model Regresi	22
2.12.1.	Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji <i>t</i>)	22
2.12.2.	Koefisien Determinasi (R^2)	23
2.12.3.	Uji Signifikansi Serentak (Uji <i>F</i>)	24
2.13	Kerangka Berpikir	25
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	26
3.1	Waktu dan Tempat Penelitian	26
3.2	Jenis Penelitian	26
3.3	Sumber Data	26
3.4	Populasi dan Sampel	26
3.4.1.	Populasi	26
3.4.2.	Sampel	27
3.5	Instrumen Penelitian	27
3.6	Prosedur Penelitian	29
BAB IV	PEMBAHASAN	31
4.1	Hasil Penelitian	31
4.1.1.	Deskripsi Data Penelitian	31
4.1.2.	Uji Validitas	45
4.1.3.	Hasil Uji Reliabilitas Instrument	48
4.1.4.	Uji Asumsi Klasik	49
4.1.5.	Uji Regresi Linier Berganda	52
4.1.6.	Uji Hipotesis	54
4.1.7.	Lack of Fit Test	57
4.2	Pembahasan	58
4.2.1.	Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen	58
4.2.2.	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen	59
4.2.3.	Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen	61
4.2.4.	Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Konsumen	62
4.2.5.	Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen	63
BAB V	PENUTUP	65
5.1	Kesimpulan	65
5.2	Saran	66
DAFTAR PUSTAKA		67
INDEKS		69
Lamp. A	Kuesioner Penelitian	69
Lamp. B	Data Responden	72

Lamp. C Data Hasil Kuesioner Variabel Citra Merek	75
Lamp. D Data Hasil Kuesioner Variabel Kualitas Pelayanan.....	77
Lamp. E Data Hasil Kuesioner Variabel Harga.....	79
Lamp. F Data Hasil Kuesioner Variabel Promosi.....	81
Lamp. G Data Hasil Kuesioner Variabel Kepuasan Konsumen.....	83
Lamp. H Surat Persetujuan Dosen Pembimbing Skripsi.....	85
Lamp. I Surat Izin Penelitian dari Fakultas	86
Lamp. J Surat Telah Menyelesaikan Penelitian	90



THE
Character Building
UNIVERSITY