

DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	13
1.3. Rumusan Masalah.....	14
1.4. Tujuan Penelitian.....	14
1.5. Manfaat Penelitian.....	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1. Konsep Pemasaran Industri Jasa.....	16
2.2. Konsep <i>Market Driven Strategy</i>	17
2.3. Fasilitas.....	20

2.4. Harga.....	22
2.5. Kualitas Layanan.....	23
2.6. Kepuasan Konsumen.....	25
2.7. Penelitian Terdahulu.....	27
2.8. Kerangka Pemikiran.....	31
2.9. Hipotesis.....	33

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian.....	36
3.2. Variabel Bebas (<i>Independent</i>).....	37
3.3. Variabel Terikat (<i>Dependent</i>).....	38
3.4. Definisi Operasional Variabel.....	39
3.5. Jenis dan Sumber Data.....	41
3.6. Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.7. Populasi dan Sampel Penelitian.....	45
3.8. Metode Analisis Data.....	47
3.9. Analisis Regresi Linier Berganda.....	53

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Perusahaan (Industri).....	60
4.2. Tingkat Persaingan Bisnis.....	65
4.3. Hasil Penelitian.....	67
4.4. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	72
4.5. Analisis Deskriptif Variabel.....	75

4.6. Hasil Instrumen Penelitian.....	80
4.7. Hasil Pengujian Hipotesis.....	84
4.8. Korelasi Antar Dimensi.....	88
4.9. Pembahasan Hasil Penelitian.....	91

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	93
5.2. Saran Bagi Perusahaan (Inul Vizta FKTV).....	94
5.3. Saran Bagi Peneliti Selanjutnya.....	96
5.4. Strategi Penerapan <i>Market Driven Strategy</i> Inul Vizta FKTV.....	97
5.5. Strategi Penerapan <i>Marketing Mix</i> Pada Inul Vizta FKTV.....	103
5.6. Strategi Inul Vizta FKTV Menghadapi Tingkat Persaingan Bisnis.....	107
DAFTAR PUSTAKA.....	110
LAMPIRAN.....	116
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	142