

DAFTAR ISI

	Halaman
<i>ABSTRACT</i>	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv

BAB I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasi, Pembatasan dan Perumusan Masalah Penelitian.....	12
1.2.1. Identifikasi Masalah Penelitian	12
1.2.2. Pembatasan Masalah Penelitian	13
1.2.3. Perumusan Masalah Penelitian	13
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian.....	14
1.3.1. Maksud Penelitian	14
1.3.2. Tujuan Penelitian	14
1.4. Manfaat dan Kegunaan Penelitian	15
1.4.1. Manfaat Penelitian	15
1.4.2. Kegunaan Penelitian.....	16

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1. Kajian Teori	17
2.1.1. Manajemen Pemasaran.....	17

2.1.2.	Pemasaran Jasa.....	19
2.1.3.	Bauran Pemasaran Jasa	21
2.1.4.	Perilaku Konsumen	48
2.1.5.	Keputusan Pembelian Konsumen	51
2.1.6.	Kepuasan Konsumen.....	53
2.1.7.	<i>Word of Mouth</i>	56
2.2.	Penelitian Terdahulu	59
2.3.	Kerangka Pemikiran.....	64
2.3.1.	Keterkaitan Antar Variabel	65
2.3.1.1.	Pengaruh <i>Product</i> terhadap Kepuasan	65
2.3.1.2.	Pengaruh <i>Price</i> terhadap Kepuasan	65
2.3.1.3.	Pengaruh <i>Promotion</i> terhadap Kepuasan	66
2.3.1.4.	Pengaruh <i>Place</i> terhadap Kepuasan	66
2.3.1.5.	Pengaruh <i>People</i> terhadap Kepuasan	67
2.3.1.6.	Pengaruh <i>Physical Evidence</i> terhadap Kepuasan.....	68
2.3.1.7.	Pengaruh <i>Process</i> terhadap Kepuasan	68
2.3.1.8.	Pengaruh Kepuasan terhadap <i>Word of Mouth</i>	69
2.4.	Hipotesis Penelitian	70

BAB III. METODE PENELITIAN

3.1.	Jenis/Disain Penelitian	72
3.2.	Variabel dan Defenisi Operasional Variabel.....	73
3.2.1.	Variabel Penelitian	73
3.2.2.	Definisi Operasional Variabel.....	75
3.3.	Populasi dan Sampel Penelitian	76
3.4.	Metode Pengumpulan Data	77
3.5.	Metode Analisis Data.....	78
3.5.1.	Analisis Data Kualitatif.....	79
3.5.2.	Analisis Data Kuantitatif.....	80

3.5.2.1. Uji Validitas	80
3.5.2.2. Uji Reliabilitas	80
3.5.2.3. Uji Normalitas.....	81
3.5.2.4. Analisis <i>SEM</i> (<i>Structural Equation Model</i>). ..	82
3.5.2.5. Uji Hipotesis.....	87

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Perusahaan	88
4.1.1. Sejarah Universitas Mercu Buana.....	88
4.1.2. Lingkup Bidang Usaha.....	95
4.1.3. Sumber Daya.....	99
4.1.4. Tantangan Bisnis Perusahaan.....	106
4.1.5. Proses/Kegiatan Fungsi Bisnis.....	108
4.2. Hasil Penelitian	111
4.2.1. Analisis Deskripsi Karakteristik Responden.....	111
4.2.2. Persepsi Responden.....	115
4.2.3. Uji Instrumen dan Hasil Analisis Data	130
4.2.3.1. Pengujian Linieritas.....	131
4.2.3.2. Pengujian Asumsi Normalitas	131
4.2.3.3. Pengujian Validitas.....	132
4.2.3.4. Pengujian Reliabilitas.....	134
4.2.4. Model Pengukuran Variabel	135
4.2.5. Analisis CFA (<i>Confirmatory Factor Analysis</i>).....	151
4.2.6. Pengujian Hipotesis.....	157
4.3. Pembahasan Hasil Penelitian	164
4.3.1. Pengaruh <i>Product</i> terhadap kepuasan Mahasiswa	164
4.3.2. Pengaruh <i>Price</i> terhadap Kepuasan Mahasiswa	167
4.3.3. Pengaruh <i>Promotion</i> terhadap Kepuasan Mahasiswa.....	169
4.3.4. Pengaruh <i>Place</i> terhadap Kepuasan Mahasiswa.....	171
4.3.5. Pengaruh <i>People</i> terhadap Kepuasan Mahasiswa	173

4.3.6. Pengaruh <i>Physical Evidence</i> terhadap Kepuasan Mahasiswa	176
4.3.7. Pengaruh <i>Process</i> terhadap Kepuasan Mahasiswa....	179
4.3.8. Pengaruh Kepuasan Mahasiswa terhadap <i>WOM</i>	180
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	184
5.2. Saran.....	189
5.2.1. Saran Strategis.....	189
5.2.2. Saran Teoritis	191
DAFTAR PUSTAKA	192
LAMPIRAN	196



UNIVERSITAS
MERCU BUANA