

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	7
C. Tinjauan dan Manfaat Penelitian.....	7
1. Tujuan Penelitian.....	7
2. Manfaat penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA KONSEPTUAL DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka.....	9
1. Manajemen Pemasaran	9
a. Pengertian Manajemen Pemasaran	9
b. Konsep Pemasaran.....	10
2. Pemasaran Jasa	11
a. Pengertian Pemasaran Jasa.....	11
b. Karakteristik Jasa.....	13

3. Kepuasan Pelanggan	14
a. Pengertian Kepuasan Pelanggan	14
b. Pengukuran Kepuasan Konsumen	16
c. Dimensi dan Indikator Kepuasan Pelanggan	17
4. Brand Awareness.....	18
a. Pengertian <i>Brand Awareness</i>	18
b. Dimensi dan Indikator <i>Brand Awareness</i>	19
5. <i>Service Quality</i>	19
a. Pengertian <i>Service Quality</i>	19
b. Dimensi dan Indikator <i>Service Quality</i>	21
6. Kelengkapan Produk	22
a. Pengertian Kelengkapan Produk.....	22
b. Dimensi dan Indikator Kelengkapan Produk.....	22
B. Penelitian Terdahulu.....	23
1. Keterkaitan Antara Variabel.....	38
C. Rerangka dan Pengembangan Hipotesis	40
1. Rerangka Konseptual Penelitian	40
2. Pengembangan Hipotesis.....	40

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian	42
B. Desain Penelitian	42
C. Definisi dan Operasional Variabel	43
1. Definisi Variabel	43
2. Operasionalisasi Variabel.....	44
D. Skala Pengukuran.....	48

E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	49
1. Populasi Penelitian	49
2. Sampel dan Metode Pengambilan Sampel	50
F. Teknik Pengumpulan Data.....	51
1. Sumber Data Primer.....	51
G. Metode Analisis Data	51

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Obyek dan Subyek Penelitian.....	55
1. Objek Penelitian.....	56
2. Subyek Penelitian	56
21 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .	56
22 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	57
23 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	57
24 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	58
25 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Responden	59
3.1 Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Brand Awareness	59
3.2 Analisis Deskriptif Variabel Persepsi <i>Service Quality</i>	61
3.3 Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Kelengkapan Produk (X3).....	62
3.4 Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Kepuasan Pelanggan (Y).....	63
B. Metode Analisis Data	63
4. <i>Evaluasi Measurement Model (Outer Model)</i>	64
4.1 Hasil Uji <i>Convergent Validity</i>	64
5. Hasil uji <i>Discriminant Validity</i>	66
6. Hasil Uji <i>Average Variance Extracted</i>	68

7. Hasil Uji <i>Composite Reability</i> dan <i>Cronbachs Alpha</i>	69
8. Pengujian Model Struktural/Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>) .	70
8.1 Hasil Uji Nilai <i>R-square</i>	71
8.2 Hasil Pengujian Hipotesis (Estimasi Koefisien Jalur)	71
C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	74

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan.....	77
B. Saran	78
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN.....	86



UNIVERSITAS
MERCU BUANA