

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI | i |
| LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA | ii |
| LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI | iii |
| LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI | iv |
| ABSTRAK | v |
| KATA PENGANTAR | ix |
| DAFTAR ISI..... | xi |
| DAFTAR TABEL | xv |
| DAFTAR GAMBAR | xvii |
| BAB I LATAR BELAKANG | |
| 1.1 Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 4 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 4 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 4 |
| BAB II PENDAHULUAN | |
| 2.1 Penelitian Terdahulu | 6 |
| 2.2 Komunikasi | 18 |
| 2.2.2 Proses Komunikasi | 19 |
| 2.2.3 Tujuan Komunikasi | 20 |
| 2.2.4 Fungsi Komunikasi | 21 |
| 2.3 Public Relations | 22 |
| 2.3.1 Fungsi dan Tujuan Public Relations | 22 |
| 2.4 Customer Relations | 24 |

| | |
|--|----|
| 2.5 Kualitas | 25 |
| 2.5.1 Kualitas Pelayanan | 27 |
| 2.5.2 Dimensi Kualitas Pelayanan | 28 |
| 2.6 Jasa | 31 |
| 2.6.1 Karakteristik Jasa | 32 |
| 2.6.2. Klasifikasi Jasa | 34 |
| 2.7 Pelanggan | 37 |
| 2.7.1 Jenis Pelanggan | 38 |
| 2.7.2 Peringkat Pelanggan | 39 |
| 2.7.3 Prinsip Mengenai Pelanggan | 40 |
| 2.8 Kepuasan Pelanggan | 41 |
| 2.8.1 Faktor Mempengaruhi Tingkat Kepuasan Pelanggan | 42 |
| 2.8.2 Manfaat Kepuasan Pelanggan | 43 |

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

| | |
|---|----|
| 3.1 Paradigma Penelitian | 45 |
| 3.1.1 Pendekatan Penelitian | 46 |
| 3.1.2 Kerangka Berpikir | 46 |
| 3.1.3 Tipe Penelitian | 48 |
| 3.2 Metode Penelitian | 49 |
| 3.3 Populasi dan Sampel | 51 |
| 3.3.1 Populasi | 51 |
| 3.3.2 Sampel | 51 |
| 3.4 Definisi dan Operasional Konsep | 53 |
| 3.4.1 Definisi Konsep | 53 |
| 3.4.2 Operasional Konsep | 54 |

| | |
|--|----|
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data | 59 |
| 3.5.1 Data Primer | 59 |
| 3.5.2 Data Sekunder | 61 |
| 3.6 Validasi dan Reliabilitas Instrumen Penelitian | 62 |
| 3.6.1 Uji Validasi | 62 |
| 3.6.2 Reliabilitas | 67 |
| 3.7 Uji Korelasi | 70 |
| 3.8 Uji Regresi Sederhana | 71 |
| 3.9 Uji Hipotesis (F dan t) | 72 |
| 3.7 Teknik Analisa Data | 75 |

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

| | |
|--|----|
| 4.1 Gambaran Umum Perusahaan | 79 |
| 4.1.1 Sejarah Perusahaan | 79 |
| 4.1.2 Visi dan Misi Ladies IQ Studio | 81 |
| 4.1.3 Logo Ladies IQ Studio | 81 |
| 4.1.4 Sertifikasi Ladies IQ Studio | 81 |
| 4.1.5 Produk Ladies IQ Studio | 82 |
| 4.2 Hasil Penelitian | 83 |
| 4.2.1 Karakteristik | 84 |
| 4.2.2 Kualitas Pelayanan (Variabel X) | 88 |
| 4.2.2.1 Reliability X.1 (Kehandalan) | 88 |
| 4.2.2.2 Responsiveness X.2 (Tanggapan) | 89 |
| 4.2.2.3 Assurance X.3 (Jaminan) | 90 |
| 4.2.2.4 Empathy X.4 (Empati) | 92 |
| 4.2.2.5 Tangible X.5 (Berwujud) | 93 |

| | |
|---|-----|
| 4.2.3 Kepuasan Pelanggan (Variabel Y) | 94 |
| 4.2.3.1 Produk Y.1 | 94 |
| 4.2.3.2 Harga Y.2 | 95 |
| 4.2.3.3 Promosi Y.3 | 97 |
| 4.2.3.4 Lokasi Y.4 | 98 |
| 4.2.3.5 Pelayanan Y.5 | 99 |
| 4.2.3.6 Fasilitas Y.6 | 100 |
| 4.2.3.7 Suasana Y.7 | 101 |
| 4.2.4 Deskriptif Varabel | 102 |
| 4.2.4.1 Deskriptif Variabel X | 104 |
| 4.2.4.2 Deskriptif Variabel Y | 108 |
| 4.3 Analisis Data | 113 |
| 4.3.1 Uji Korelasi Antara Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan | 113 |
| 4.3.2 Analisis Regresi | 115 |
| 4.4 Pembahasan | 118 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | |
| 5.1 Kesimpulan | 130 |
| 5.2 Saran | 131 |
| Daftar Pustaka | 133 |