

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Sejarah Objek Penelitian.....	1
1.1.2 Visi Dan Misi Perusahaan.....	3
1.1.3 Produk.....	4
1.1.4 Struktur Organisasi Cabang	6
1.2 Latar Belakang Penelitian	6
1.3 Perumusan Masalah.....	13
1.4 Pertanyaan Penelitian.....	14
1.5 Tujuan Penelitian.....	14
1.6 Manfaat Penelitian.....	14
1.6.1 Aspek Teoritis	15
1.6.2 Aspek Praktis	15
1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	17
2.1 Teori.....	17
2.1.1 Manajemen.....	17
2.1.2 Manajemen Pemasaran	18
2.1.3 Jasa.....	18

2.1.4	Bauran Pemasaran Jasa	19
2.1.5	Kualitas Pelayanan	21
2.1.6	Perilaku Konsumen	22
2.1.7	Kepuasan Pengunjung	23
2.1.8	Hasil Penelitian Sebelumnya.....	26
2.2	Kerangka Pemikiran	30
2.3	Hipotesis Penelitian.....	31
BAB III METODE PENELITIAN.....		32
3.1	Jenis Penelitian.....	32
3.2	Operasional Variabel	33
3.2.1	Jenis Variabel	33
3.2.2	Skala Pengukuran	39
3.3	Tahapan penelitian.....	40
3.4	Populasi dan Sampel.....	41
3.4.1	Populasi.....	41
3.4.2	Sampel	41
3.5	Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data	42
3.6	Uji Instrumen	42
3.6.1	Uji Validitas	42
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	47
3.7	Teknik Analisis data	48
3.7.1	Analisis Deskriptif.....	48
3.7.2	Uji Method Successive Interval (MSI)	50
3.7.3	Uji asumsi klasik	50
3.7.4	Analisis Regresi Linier Berganda.....	52
3.7.5	Uji Koefisien dan Determinasi.....	53
3.7.6	Uji Hipotesis.....	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		56
4.1	Hasil penelitian.....	56
4.1.1	Gambaran Demografi Responden	56
4.1.2	Analisis Deskriptif.....	59

4.1.3	Uji Asumsi Klasik	67
4.1.4	Uji Regresi Linier	70
4.1.5	Uji Hipotesis.....	72
4.1.6	Uji Koefisien Determinasi	76
4.2	Pembahasan.....	77
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		82
5.1	Kesimpulan	82
5.2	Saran	83
DAFTAR PUSTAKA.....		85
LAMPIRAN.....		89