

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN	4
KATA PENGANTAR	5
Abstrak	7
DAFTAR ISI	9
DAFTAR TABEL	11
DAFTAR GAMBAR	12
BAB I	13
PENDAHULUAN	13
1.1 GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	13
1.1.1 PROFIL PERUSAHAAN	13
1.2 Latar Belakang Penelitian	14
1.3 Rumusan Masalah	22
1.4 Tujuan penelitian	23
1.5 Kegunaan Penelitian	23
1.6 Sistematika Penulisan	24
BAB II	26
TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	26
2.1 Tinjauan Pustaka	26
2.1.1 Pemasaran	26
2.1.2 Marketing Mix	26
2.1.4 Customer Satisfication	28
2.2 Kerangka Pemikiran	29
2.3 Hipotesis Penelitian	31
BAB III	33
METODE PENELITIAN	33
3.1 Jenis Penelitian	33
3.2 Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran	33
3.2.1 Variabel Penelitian	33
3.2.2 Operasional Variabel	34
3.2.3 Skala Pengukuran	35
3.3 Tahapan Penelitian	36
3.4 Populasi dan Sampel	36
3.4.1 Populasi	37
3.4.2 Sampel	37

3.4.3	Teknik <i>Sampling</i>	38
3.5	Teknik Pengumpulan Data	39
3.5.1	Data Primer	39
3.5.2	Data Sekunder.....	39
3.6	Teknik Analisis Data.....	39
<u>3.7</u>	<i>Method Successive Interval</i> (MSI)	41
<u>3.8</u>	Analisis Regresi Sederhana	43
BAB IV	47
4.1	TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	47
BAB V	64
5.1	Kesimpulan	64
5.2	Saran	65
5.2.1	Saran Bagi Perusahaan	65
5.2.2	Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	65
LAMPIRAN	67