

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Profil Perusahaan Trinusa Travelindo (Traveloka).....	1
1.2 Latar Belakang.....	3
1.3 Perumusan Masalah	11
1.4 Tujuan Penelitian	13
1.5 Manfaat Penelitian	14
1.5.1 Aspek Teoritis	15
1.5.2 Aspek Praktis	15
1.6 Sistematika Tugas Akhir	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	17
2.1 Teori penelitian Terdahulu	17
2.1.1 Pemasaran	17
2.1.2 Bauran Pemasaran	17
2.1.3 Perilaku Konsumen	19
2.1.4 Kepuasan Konsumen	19

2.1.5 Indikator Kepuasan Konsumen	20
2.2 Penelitian Terdahulu	20
2.3 Kerangka Pemikiran	38
2.3.1 Pengaruh <i>Marketing Mix Product</i> Terhadap Kepuasan Konsumen.....	38
2.3.2 Pengaruh <i>Marketing Mix Price</i> Terhadap Kepuasan Konsumen	39
2.3.3 Pengaruh <i>Marketing Mix Place</i> Terhadap Kepuasan Konsumen	39
2.3.4 Pengaruh <i>Marketing Mix Promotion</i> Terhadap Kepuasan Konsumen.....	40
2.3.5 Pengaruh <i>Marketing Mix Process</i> Terhadap Kepuasan Konsumen	41
2.3.6 Pengaruh <i>Marketing Mix People</i> Terhadap Kepuasan Konsumen.....	41
2.3.7 Pengaruh <i>Marketing Mix Physical Evidence</i> Terhadap Kepuasan Konsumen ...	42
2.3.8 Pengaruh <i>Marketing Mix</i> Terhadap Kepuasan Konsumen	42
2.4 Hipotesa Penelitian.....	43
BAB III METODE PENELITIAN	45
3.1 Jenis Penelitian.....	45
3.2 Operasional Variabel.....	45
3.3 Tahapan Penelitian	48
3.4 Populasi dan Sampel	49
3.4.1 Populasi.....	49
3.4.2 Sampel	50
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	51
3.5.1 Pengumpulan Data.....	51
3.5.2 Sumber Data.....	51
3.6 Validitas dan Reliabilitas	52
3.6.1 Uji Validitas	52
3.6.2 Uji Reliabilitas	54

3.7 Teknik Analisis	54
3.7.1 Teknik Analisis Deskriptif	54
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	57
3.7.3 Regresi Linear Berganda	59
3.7.4 Pengujian Hipotesis	60
3.7.5 Koefisien Determinasi	63
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	64
4.1 Karakteristik Responden	64
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	65
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	66
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Setiap Bulan	67
4.2 Hasil Penelitian	69
4.2.1 Analisis Data Deskriptif	69
4.2.2 Uji Asumsi Klasik	82
4.2.3 Analisis Regresi Linear Berganda	86
4.2.4 Uji Hipotesis	90
4.2.5 Analisis Koefisien Determinasi	93
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	94
4.3.1 Pengaruh <i>Marketing Mix</i> Terhadap Kepuasan Konsumen Secara Parsial	94
4.3.2 Pengaruh <i>Marketing Mix</i> Terhadap Kepuasan Konsumen Secara Simultan	99
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	100
5.1 Kesimpulan	100
5.2 Saran	101
5.2.1 Saran Teoritis	102

5.2.2 Saran Praktis	102
DAFTAR PUSTAKA.....	104
LAMPIRAN	110