

# DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	i
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	ii
<b>ABSTRAK</b> .....	iii
<b>ABSTRACT</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	x
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1    Gambaran Umum Objek Penelitian</b> .....	1
<b>1.1.1    Profil Perusahaan</b> .....	1
<b>1.1.2    Visi &amp; Misi</b> .....	1
<b>1.1.3    Logo</b> .....	2
<b>1.1.4    Produk/Layanan</b> .....	2
<b>1.2    Latar Belakang Penelitian</b> .....	3
<b>1.3    Rumusan Masalah</b> .....	6
<b>1.4    Tujuan Penelitian</b> .....	6
<b>1.5    Kegunaan Penelitian</b> .....	6
<b>1.6    Batasan Penelitian</b> .....	7
<b>1.7    Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir</b> .....	7
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	9
<b>2.1    Gambaran Umum Objek Penelitian</b> .....	9
<b>2.1.1    Pemasaran</b> .....	9
<b>2.1.2    Manajemen Pemasaran</b> .....	10
<b>2.1.3    Pemasaran Jasa</b> .....	10
<b>2.1.4    Karakteristik Jasa</b> .....	10
<b>2.1.5    Kepuasan Pelanggan</b> .....	11
<b>2.1.6    Cara Mengukur Kepuasan Pelanggan</b> .....	11
<b>2.1.7    Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan</b> .....	12
<b>2.1.8    Manfaat Kepuasan Pelanggan</b> .....	13
<b>2.1.9    Konsep Inti dalam Mengukur Kepuasan Pelanggan</b> .....	14
<b>2.2    Penelitian Terdahulu</b> .....	15
<b>2.3    Kerangka Pemikiran</b> .....	17

<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>18</b>
<b>3.1 Pendekatan Penelitian .....</b>	<b>18</b>
<b>3.1.1 Karakteristik Penelitian .....</b>	<b>18</b>
<b>3.2 Jenis Penelitian.....</b>	<b>19</b>
<b>3.3 Operasional Variabel.....</b>	<b>21</b>
<b>3.3.1 Skala Pengukuran.....</b>	<b>22</b>
<b>3.4 Tahapan Penelitian Kuantitatif.....</b>	<b>23</b>
<b>3.5 Populasi dan Sampel.....</b>	<b>25</b>
<b>3.5.1 Populasi.....</b>	<b>25</b>
<b>3.5.2 Sampel.....</b>	<b>26</b>
<b>3.5.3 Teknik Pengambilan Sampel .....</b>	<b>27</b>
<b>3.6 Pengumpulan Data.....</b>	<b>28</b>
<b>3.6.1 Informan atau Sumber Data Penelitian.....</b>	<b>28</b>
<b>3.6.2 Instrumen Penelitian.....</b>	<b>29</b>
<b>3.6.3 Teknik Pengumpulan Data .....</b>	<b>30</b>
<b>3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas .....</b>	<b>31</b>
<b>3.7.1 Validitas .....</b>	<b>31</b>
<b>3.7.2 Reliabilitas .....</b>	<b>32</b>
<b>3.8 Teknik Analisis Data.....</b>	<b>33</b>
<b>3.8.1 Analisis Deskriptif.....</b>	<b>33</b>
<b>3.8.2 <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i>.....</b>	<b>35</b>
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>36</b>
<b>4.1 Karakteristik Responden .....</b>	<b>36</b>
<b>4.1.1 Berdasarkan Jenis Kelamin .....</b>	<b>36</b>
<b>4.1.2 Berdasarkan Usia.....</b>	<b>37</b>
<b>4.1.3 Berdasarkan Terakhir Mengikuti Training.....</b>	<b>38</b>
<b>4.2 Hasil Penelitian.....</b>	<b>38</b>
<b>4.2.1 Pembahasan Validitas dan Reliabilitas.....</b>	<b>38</b>
<b>4.3 Analisis Deskriptif.....</b>	<b>41</b>
<b>4.3.1 Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Pelanggan Pada Produk Training Di Area Bandung Pada Perusahaan ESQ Jawa Barat .....</b>	<b>41</b>
<b>4.4 <i>Customer Satisfaction Indeks (CSI)</i> .....</b>	<b>50</b>
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>54</b>

<b>5.1</b>	<b>Kesimpulan.....</b>	<b>54</b>
<b>5.2</b>	<b>Saran .....</b>	<b>54</b>
<b>5.2.1</b>	<b>Bagi Perusahaan.....</b>	<b>54</b>
<b>5.2.2</b>	<b>Bagi Peneliti Selanjutnya.....</b>	<b>55</b>
	<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>56</b>
	<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>59</b>