

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| HALAMAN PENGESAHAN..... | ii |
| HALAMAN PERNYATAAN..... | iii |
| KATA PENGANTAR..... | v |
| ABSTRAK | vi |
| <i>ABSTRACT</i> | vii |
| DAFTAR ISI..... | viii |
| DAFTAR TABEL | xi |
| DAFTAR GAMBAR..... | xii |
| BAB I | 1 |
| 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian | 1 |
| 1.2 Latar Belakang Penelitian | 2 |
| 1.3 Perumusan Masalah | 8 |
| 1.4 Tujuan Penelitian | 9 |
| 1.5 Manfaat Penelitian | 9 |
| 1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir | 10 |
| BAB II | 12 |
| 2.1 Kajian Pustaka | 12 |
| 2.1.1 Konsep Dasar Manajemen Strategi..... | 12 |
| 2.1.2 <i>Strategic Planning</i> dan Peran Managemen <i>Marketing</i> dalam Membangun <i>Customer Relationship</i> | 14 |
| 2.1.3 7P | 18 |
| 2.1.4 <i>Customer Satisfaction</i> | 22 |
| 2.2 Penelitian Terdahulu | 24 |
| 2.3 Kerangka Pemikiran | 33 |
| 2.3.1 Pengaruh <i>Product</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> | 33 |
| 2.3.2 Pengaruh <i>Price</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> | 34 |

| | |
|---|----|
| 2.3.3 Pengaruh <i>Place</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> | 36 |
| 2.3.4 Pengaruh <i>Promotion</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> | 36 |
| 2.3.5 Pengaruh <i>Process</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> | 38 |
| 2.3.6 Pengaruh <i>Physical Evidence</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> | 39 |
| 2.3.7 Pengaruh <i>People</i> Terhadap <i>Customer loyalty</i> | 41 |
| 2.3.8 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> | 41 |
| 2.4 Hipotesis | 44 |
| BAB III | 45 |
| 3.1 Jenis Penelitian | 45 |
| 3.2 Operasionalisasi Variabel | 45 |
| 3.3 Populasi dan Sampel | 49 |
| 3.4 Pengumpulan Data dan Sumber Data | 50 |
| 3.5 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas | 50 |
| 3.5.1 Uji Validitas..... | 50 |
| 3.5.2 Uji Reliabilitas | 53 |
| 3.5.3 Uji Reliabilitas | 54 |
| 3.6 Teknik Analisis Data | 54 |
| 3.6.1. Rancangan Analisis..... | 54 |
| 3.6.2 Rancangan Uji Hipotesis..... | 56 |
| 4.1 Gambaran Responden | 59 |
| 4.1.1 Profil Responden..... | 59 |
| 4.1.2 Statistika Deskriptif Variabel Penelitian..... | 64 |
| 4.2 Hasil Penelitian | 66 |
| 4.2.1 Uji Validitas Data | 66 |
| 4.2.2 Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)..... | 68 |
| 4.2.3 Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>)..... | 73 |
| 4.2.4 Uji Hipotesis | 74 |

| | |
|--|--------|
| 4.3 Pembahasan Hasil Penelitian | 78 |
| 4.3.1 <i>Product</i> Mempengaruhi <i>Customer Satisfaction</i> | 78 |
| 4.3.2 <i>Price</i> Tidak Mempengaruhi <i>Customer Satisfaction</i> | 78 |
| 4.3.3 <i>Place</i> Tidak Mempengaruhi <i>Customer Satisfaction</i> | 78 |
| 4.3.4 <i>Promotion</i> Tidak Mempengaruhi <i>Customer Satisfaction</i> | 79 |
| 4.3.5 <i>People</i> Tidak Mempengaruhi <i>Customer Satisfaction</i> | 79 |
| 4.3.7 <i>Physical Evidence</i> Mempengaruhi <i>Customer Satisfaction</i> | 80 |
| 4.3.8 <i>Customer Satisfaction</i> Mempengaruhi <i>Customer Loyalty</i> | 80 |
| 4.3.9 Rekomendasi Peningkatan <i>Customer Loyalty</i> | 81 |
| 4.3.10 Perbedaan | dengan |
| Penelitian Sebelumnya | 81 |
| 4.3.11 | |
| Keterbatasan Penelitian..... | 82 |
| BAB V | 84 |
| 5.1 Kesimpulan | 84 |
| 5.2 Saran | 88 |
| 5.2.1 Saran Akademik..... | 88 |
| 5.2.2 Saran Praktis | 89 |
| DAFTAR PUSTAKA | 91 |
| LAMPIRAN | 106 |