

## DAFTAR ISI

halaman

HALAMAN JUDUL	
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR	
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI	
PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI	
ABSTRAK .....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR RUMUS .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	2
1.3. Tujuan Penelitian .....	3
1.4. Sistematika Penulisan .....	4
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
2.1. Teori Pemasaran .....	6
2.2. <i>Price Fairness</i> .....	6
2.3. <i>Product Quality</i> .....	7
2.4. <i>Service Quality</i> .....	9
2.4.1. Definisi <i>Service Quality</i> .....	9
2.4.2. Pengukuran <i>Service Quality</i> .....	10
2.5. <i>Store Atmosphere</i> .....	11
2.6. <i>Event Quality</i> .....	12
2.7. <i>Customer Satisfaction</i> .....	12
2.8. <i>Customer Loyalty</i> .....	13
2.9. <i>Literature Review</i> .....	14
2.9.1. <i>Product Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	14
2.9.2. <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	14
2.9.3. <i>Price Fairness</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	15
2.9.4. <i>Store Atmosphere</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	15
2.9.5. <i>Event Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	16
2.9.6. <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	17
2.10. Kerangka Pemikiran .....	17
2.11. Hipotesis .....	18
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1. Rancangan Penelitian .....	21
3.2. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	21
3.3. Lokasi, Populasi, dan Sampel Penelitian .....	25

3.4.	Jenis dan Sumber Data .....	26
3.5.	Metode Pengumpulan Data .....	26
3.6.	Instrumen Pengumpulan Data .....	27
3.7.	Metode Pengolahan dan Analisis Data .....	27
3.7.1.	Uji Validitas .....	28
3.7.2.	Uji Reliabilitas .....	28
3.7.3.	Uji Asumsi Klasik .....	29
3.7.3.1.	Uji Normalitas .....	29
3.7.3.2.	Uji Multikolinearitas .....	29
3.7.3.3.	Uji Heteroskedastisitas .....	29
3.7.4.	Uji Hipotesis .....	30
3.7.4.1.	Uji T (Uji Parsial) .....	30
3.7.4.2.	Uji F (Uji Simultan) .....	31
3.7.4.3.	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	31
3.7.4.4.	Uji Regresi Linear Berganda .....	31

#### BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1	Analisis Deskriptif .....	32
4.1.1.	Profil Responden .....	32
4.1.2.1	Tahap Penyaringan Responden ( <i>Filtering</i> ) .....	32
4.1.2.2	Tujuan Mengunjungi Bengkel Space SCBD .....	33
4.1.2.3	Frekuensi Datang ke Bengkel Space SCBD .....	34
4.1.2.4	Pekerjaan Responden .....	35
4.1.2.5	Domisili Responden .....	35
4.1.2.6	Jenis Kelamin Responden .....	36
4.1.2.6	Usia Responden .....	37
4.1.2.	Jawaban terhadap Variabel Penelitian .....	37
4.1.2.1	<i>Product Quality</i> (X1) .....	38
4.1.2.2	<i>Service Quality</i> (X2) .....	39
4.1.2.3	<i>Price Fairness</i> (X3) .....	39
4.1.2.4	<i>Store Atmosphere</i> (X4) .....	40
4.1.2.5	<i>Event Quality</i> (X5) .....	41
4.1.2.6	<i>Customer Satisfaction</i> (Y) .....	42
4.1.2.7	<i>Customer Loyalty</i> (Z) .....	42
4.2	Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Indikator .....	43
4.2.1.	Indikator <i>Product Quality</i> (X1) .....	44
4.2.2.	Indikator <i>Service Quality</i> (X2) .....	45
4.2.3.	Indikator <i>Price Fairness</i> (X3) .....	47
4.2.4.	Indikator <i>Store Atmosphere</i> (X4) .....	48
4.2.5.	Indikator <i>Event Quality</i> (X5) .....	49
4.2.6.	Indikator <i>Customer Satisfaction</i> (Y) .....	51
4.2.7.	Indikator <i>Customer Loyalty</i> (Z) .....	52
4.3	Hasil Uji Asumsi Klasik .....	53
4.3.1.	Uji Normalitas .....	53
4.3.2.	Uji Multikolinearitas .....	54
4.3.3.	Uji Heteroskedastisitas .....	55
4.4	Hasil Uji Hipotesis .....	56
4.4.1.	Uji t (Uji Parsial) .....	57

4.4.1.1	<i>Product Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	57
4.4.1.2	<i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	58
4.4.1.3	<i>Price Fairness</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	59
4.4.1.4	<i>Store Atmosphere</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	59
4.4.1.5	<i>Event Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	60
4.4.1.6	<i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	61
4.4.2.	Uji F (Uji Simultan)	61
4.4.3.	Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> )	63
4.4.3.1	Jalur Pertama	63
4.4.3.2	Jalur Kedua	64
4.5	Uji Regresi Linear Berganda	65
4.6	Pembahasan	67
4.6.1.	Pengaruh <i>Product Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> Bengkel Space SCBD	67
4.6.2.	Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> Bengkel Space SCBD	68
4.6.3	Pengaruh <i>Price Fairness</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> Bengkel Space SCBD	69
4.6.4.	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> Bengkel Space SCBD	69
4.6.5	Pengaruh <i>Event Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> Bengkel Space SCBD	70
4.6.6	Pengaruh <i>Product Quality, Service Quality, Price Fairness, Store Atmosphere, dan Event Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> Bengkel Space SCBD	71
4.6.7.	Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> Bengkel Space SCBD	72

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan	74
5.2	Saran	75

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

halaman

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	22
Tabel 4.1 Analisis Deskriptif <i>Product Quality</i> .....	38
Tabel 4.2 Analisis Deskriptif <i>Service Quality</i> .....	39
Tabel 4.3 Analisis Deskriptif <i>Price Fairness</i> .....	40
Tabel 4.4 Analisis Deskriptif <i>Store Atmosphere</i> .....	41
Tabel 4.5 Analisis Deskriptif <i>Event Quality</i> .....	41
Tabel 4.6 Analisis Deskriptif <i>Customer Satisfaction</i> .....	42
Tabel 4.7 Analisis Deskriptif <i>Customer Loyalty</i> .....	43



## DAFTAR GAMBAR

halaman

Gambar 4.1 Grafik Pertanyaan <i>Filtering</i> .....	33
Gambar 4.2 Grafik Tujuan Responden Mengunjungi Bengkel Space SCBD.....	34
Gambar 4.3 Grafik Frekuensi Kedatangan.....	34
Gambar 4.4 Grafik Pekerjaan Responden.....	35
Gambar 4.5 Grafik Domisili Responden .....	36
Gambar 4.6 Grafik Jenis Kelamin Responden.....	36
Gambar 4.7 Grafik Usia Responden .....	37
Gambar 4.8 Hasil Uji Validitas Indikator <i>Product Quality</i> .....	44
Gambar 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Indikator <i>Product Quality</i> .....	45
Gambar 4.10 Hasil Uji Validitas Indikator <i>Service Quality</i> .....	46
Gambar 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Indikator <i>Service Quality</i> .....	46
Gambar 4.12 Hasil Uji Validitas Indikator <i>Price Fairness</i> .....	47
Gambar 4.13 Hasil Uji Reliabilitas Indikator <i>Price Fairness</i> .....	48
Gambar 4.14 Hasil Uji Validitas Indikator <i>Store Atmosphere</i> .....	48
Gambar 4.15 Hasil Uji Validitas Reliabilitas <i>Store Atmosphere</i> .....	49
Gambar 4.16 Hasil Uji Validitas Indikator <i>Event Quality</i> .....	50
Gambar 4.17 Hasil Uji Reliabilitas Indikator <i>Event Quality</i> .....	50
Gambar 4.18 Hasil Uji Validitas Indikator <i>Customer Satisfaction</i> .....	51
Gambar 4.19 Hasil Uji Reliabilitas Indikator <i>Customer Satisfaction</i> .....	51
Gambar 4.20 Hasil Uji Validitas Indikator <i>Customer Loyalty</i> .....	52
Gambar 4.21 Hasil Uji Reliabilitas Indikator <i>Customer Loyalty</i> .....	53
Gambar 4.22 Hasil Uji Normalitas .....	54
Gambar 4.23 Hasil Uji Multikolinearitas.....	54
Gambar 4.24 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	56
Gambar 4.25 Hasil Uji t Variabel X1 terhadap Y.....	58
Gambar 4.26 Hasil Uji t Variabel X2 terhadap Y.....	58
Gambar 4.27 Hasil Uji t Variabel X3 terhadap Y.....	59
Gambar 4.28 Hasil Uji t Variabel X4 terhadap Y.....	60
Gambar 4.29 Hasil Uji t Variabel X5 terhadap Y.....	60

Gambar 4.30 Hasil Uji t Variabel Y terhadap Z.....	61
Gambar 4.31 Hasil Uji F.....	62
Gambar 4.32 Hasil Uji R <sup>2</sup> Jalur Pertama.....	63
Gambar 4.33 Hasil Uji R <sup>2</sup> Jalur Kedua.....	64
Gambar 4.34 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	65



## DAFTAR RUMUS

halaman

Persamaan 3.1. Rumus Slovin .....	25
-----------------------------------	----



## DAFTAR LAMPIRAN

	halaman
Lampiran A-1 Titik Distribusi Nilai t .....	1
Lampiran A-2 Titik Distribusi Nilai F .....	2
Lampiran A-3 Titik Distribusi Nilai r .....	3

