

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	
PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA TUGAS AKHIR	2
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Batasan Masalah	9
1.3 Rumusan Masalah.....	10
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Manfaat Penelitian	11
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	11
1.5.2 Manfaat Praktis	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Manajemen Pemasaran	10
2.1.2 Pemasaran dan Bauran Pemasaran.....	14

2.1.3	Pemasaran Jasa.....	18
2.1.4	Kualitas Pelayanan.....	19
2.1.4.1	Pengertian Kualitas Pelayanan.....	19
2.1.4.2	Proses Pelayanan.....	21
2.1.4.3	Model – Model Terkait Pelayanan.....	21
2.1.4.4	Indikator Kualitas Pelayanan	24
2.1.5	Kualitas Produk.....	26
2.1.5.1	Pengertian Kualitas Produk.....	26
2.1.5.2	Klasifikasi Produk.....	27
2.1.5.3	Unsur dan Komponen dari Atribut Produk	29
2.1.5.4	Indikator Kualitas Produk	30
2.1.6	Harga.....	32
2.1.6.1	Pengertian Harga.....	32
2.1.6.2	Peranan Harga dan Tujuan Penetapan Harga.....	32
2.1.6.3	Metode Penetapan Harga	35
2.1.6.4	Indikator Harga	37
2.1.7	Kepuasan Pelanggan	38
2.1.7.1	Pengertian Kepuasan Pelanggan	38
2.1.7.2	Faktor – Faktor Menentukan Tingkat Kepuasan Pelanggan.....	40
2.1.7.3	Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	43
2.1.7.4	Indikator Kepuasan Pelanggan.....	44
2.1.8	Hubungan Antara Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga	46
2.2	Penelitian Terdahulu	48
2.3	Pengembangan Hipotesis	51
2.4	Model Penelitian	53
2.5	Bagan Alur Berpikir.....	54

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Jenis Penelitian.....	55
3.2	Populasi dan Sampel.....	56
3.2.1	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	56
3.2.2	Populasi.....	56
3.2.3	Sampel.....	57
3.3	Metode Pengumpulan Data.....	59
3.3.1	Data Primer.....	59
3.3.2	Data Sekunder.....	61
3.4	Definisi Variabel Operasional dan Pengukuran Variabel.....	61
3.5	Metode Analisis Data.....	65
3.5.1	Metode Analisis Deskriptif.....	65
3.5.1.1	Uji Validitas.....	65
3.5.1.2	Uji Reliabilitas.....	66
3.5.2	Statistik Deskriptif.....	67
3.5.2.1	Mean.....	67
3.5.2.2	Median.....	68
3.5.2.3	Modus.....	68
3.5.2.4	Standar Deviasi.....	69
3.5.2.5	Varians (s^2).....	69
3.5.3	Uji Asumsi Klasik.....	70
3.5.3.1	Uji Normalitas.....	70
3.5.3.2	Uji Multikolinieritas.....	71
3.5.3.3	Uji Heteroskedastisitas.....	71
3.5.4	Analisis Regresi Linear Berganda.....	72
3.5.4.1	Uji Koefisien Determinasi.....	72
3.5.5	Uji Hipotesis.....	73
3.5.5.1	Uji Simultan (Uji F).....	73
3.5.5.2	Uji Parsial (Uji t).....	74

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	78
4.1.1	Gambaran Tentang Makecents Coffee Space Medan	78
4.1.2	Visi dan Misi Makecents Coffee Space	79
4.1.3	Struktur Organisasi Makecents Coffee Space Medan.....	80
4.1.4	Deskripsi Pekerjaan	80
4.2	Hasil Penelitian	81
4.2.1	Uji Instrumen Penelitian	82
4.2.1.1	Uji Validitas	82
4.2.1.2	Uji Reliabilitas	84
4.2.2	Statistik Deskriptif	85
4.2.2.1	Karakteristik Responden	85
4.2.2.2	Penjelasan Responden pada Variabel Penelitian	88
4.2.2.3	Hasil Statistik Deskriptif.....	104
4.2.3	Hasil Pengujian Kualitas Data	112
4.2.3.1	Uji Normalitas.....	112
4.2.3.2	Uji Multikolinieritas.....	115
4.2.3.3	Uji Heteroskedastisitas.....	116
4.2.4	Analisis Regresi linier berganda	117
4.2.5	Koefisien Determinasi	119
4.2.6	Hasil Pengujian Hipotesis	119
4.2.6.1	Uji F (Simultan)	119
4.2.6.2	Uji t (Parsial).....	120
4.3	Pembahasan.....	122
4.3.1	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	123
4.3.2	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan	125
4.3.3	Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan.....	127
4.3.4	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan	128

BAB V KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan 132

5.2 Rekomendasi..... 134

DAFTAR PUSTAKA



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Data Analisis Konsumsi kopi.....	2
Gambar 1.2 Rating Coffee Shop	6
Gambar 1.3 Ulasan Makecents Coffee Space.....	7
Gambar 1.4 Ulasan Makecents Coffee Space.....	8
Gambar 2.1 Fungsi Manajemen Pemasaran.....	11
Gambar 2.2 Manfaat Kepuasan Pelanggan	40
Gambar 2.3 Customer Satisfaction Model Zeithaml dan Bitner.....	47
Gambar 2.4 Mode Penelitian	53
Gambar 2.5 Bagan Alur Berpikir.....	54
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Makecents Coffee Space.....	80
Gambar 4.2 Diagram Lingkaran Jenis Kelamin Responden.....	85
Gambar 4.3 Diagram Lingkaran Usia Responden	86
Gambar 4.4 Diagram Lingkaran Frekuensi Pembelian Responden.....	87
Gambar 4.5 Diagram Histogram Uji Normalitas	113
Gambar 4.6 Grafik Normal P-Plot Uji Normalitas	114
Gambar 4.7 Grafik Scatterplot Uji Heteroskedastisitas	117

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Menu dan Harga Pesaingan	5
Tabel 1.2 Fenomena Makecents Coffee Space Medan	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	51
Tabel 3.1 Skala Likert.....	61
Tabel 3.2 Variabel Operasional Penelitian	63
Tabel 4.1 Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X1).....	82
Tabel 4.2 Uji Validitas Kualitas Produk (X2)	83
Tabel 4.3 Uji Validitas Harga (X3).....	83
Tabel 4.4 Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y).....	83
Tabel 4.5 Uji Reliabilitas	84
Tabel 4.6 Jawaban Responden Variabel X1 Pertanyaan 1.....	88
Tabel 4.7 Jawaban Responden Variabel X1 Pertanyaan 2.....	89
Tabel 4.8 Jawaban Responden Variabel X1 Pertanyaan 3.....	89
Tabel 4.9 Jawaban Responden Variabel X1 Pertanyaan 4.....	90
Tabel 4.10 Jawaban Responden Variabel X1 Pertanyaan 5.....	91
Tabel 4.11 Jawaban Responden Variabel X1 pertanyaan 6.....	91
Tabel 4.12 Jawaban Responden Variabel X2 Pertanyaan 7.....	92
Tabel 4.13 Jawaban Responden Variabel X2 Pertanyaan 8.....	93
Tabel 4.14 Jawaban Responden Variabel X2 Pertanyaan 9.....	93
Tabel 4.15 Jawaban Responden Variabel X2 Pertanyaan 10.....	94
Tabel 4.16 Jawaban Responden Variabel X2 Pertanyaan 11.....	95
Tabel 4.17 Jawaban Responden Variabel X2 Pertanyaan 12.....	95
Tabel 4.18 Jawaban Responden Variabel X3 Pertanyaan 13.....	96
Tabel 4.19 Jawaban Responden Variabel X3 Pertanyaan 14.....	96
Tabel 4.20 Jawaban Responden Variabel X3 Pertanyaan 15.....	97
Tabel 4.21 Jawaban Responden Variabel X3 Pertanyaan 16.....	98
Tabel 4.22 Jawaban Responden Variabel X3 Pertanyaan 17.....	98
Tabel 4.23 Jawaban Responden Variabel X3 Pertanyaan 18.....	99
Tabel 4.24 Jawaban Responden Variabel Y Pertanyaan 19.....	100

Tabel 4.25 Jawaban Responden Variabel Y Pertanyaan 20.....	100
Tabel 4.26 Jawaban Responden Variabel Y Pertanyaan 21.....	101
Tabel 4.27 Jawaban Responden Variabel Y Pertanyaan 22.....	102
Tabel 4.28 Jawaban Responden Variabel Y Pertanyaan 23.....	102
Tabel 4.29 Jawaban Responden Variabel Y Pertanyaan 24.....	103
Tabel 4.30 Kelas Interval Butir Pertanyaan	104
Tabel 4.31 Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan (X1)	104
Tabel 4.32 Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X2)	106
Tabel 4.33 Deskriptif Variabel Harga (X3)	107
Tabel 4.34 Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).....	108
Tabel 4.35 Kelas Interval Variabel	110
Tabel 4.36 Deskriptif dari Semua Variabel	110
Tabel 4.37 Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov.....	114
Tabel 4.38 Nilai Tolerance dan VIF Uji Multikolinieritas	115
Tabel 4.39 Spearman's Rho Uji Heteroskedastisitas	116
Tabel 4.40 Regresi Linier Berganda	117
Tabel 4.41 Koefisien Determinasi	119
Tabel 4.42 Hasil Uji F (Simultan).....	120
Tabel 4.43 Hasil Uji t (Parsial)	121

DAFTAR LAMPIRANd

Lampiran A: Kuesioner Penelitian.....	1
Lampiran B: Data Pre-Test Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	1
Lampiran C: Data Kuesioner Penelitian	1
Lampiran D: Hasil Output Pengolahan Data	1
Lampiran E: R, F, dan T Tabel	1
Lampiran F: Surat Izin Penelitian.....	1

