

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERSETUJUAN	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Manfaat Penelitian	10
BAB II TELAAH PUSTAKA PUSTAKA	
2.1. Tinjauan Pustaka.....	11
2.1.1. Harapan Pelanggan (Customer Expectation)	11
2.1.2. Bauran pemasaran (Marketing Mix).....	13
2.1.3. Kepuasan pelanggan.....	18
2.1.4. Kepercayaan Pelanggan.....	20
2.2. Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	21
2.3. Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	23
2.4. Strategi Kepuasan Pelanggan.....	25
2.5. Penelitian Terdahulu	30
2.6. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	33
2.7. Hipotesis Penelitian.....	33
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Jenis Penelitian.....	36
3.2. Populasi dan Sampel.....	36
3.3. Sumber Data	38
3.4. Metode Pengumpulan Data.....	39
3.5. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	39
3.6. Metode Analisis Data.....	41
3.7. <i>partial least square</i>	42

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1. Respon Rate Kuesioner.....	45
4.2. Gambaran Umum Responden.....	46
4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	47
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	49
4.2.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	50
4.2.5. Karakteristik Respdnen berdasarkan lamanya menjadi konsumen.....	51
4.2.6. Ringasan jawaban kuesioner.....	52
4.3. Analisis Data	
4.3.1. Langkah 1 : Membentuk diagram jalur hubungan kausalitas antar konstruk.....	55
4.3.2. Langkah 2 : Menguji <i>Unidimensionalitas</i>	55
4.3.3. Langkah Ketiga : Hasil Output PLS.....	56
4.3.4. Langkah Keempat : Inner Model atau hubungan Antara Konstruk.....	60
4.4 Pembahasan	
4.4.1. Pengaruh Ekspektasi Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen.....	63
4.4.2. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen.....	63
4.4.3. Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Kepercayaan Konsumen.....	64

BAB V PENUTUP

5.1	Kesimpulan.....	66
5.2	Implikasi Penelitian.....	67
5.2.1.	Implikasi Teoritis.....	67
5.2.2.	Implikasi Manajerial.....	68
5.2.3	Keterbatasan Penelitian.....	69
5.3	Agenda Penelitian Mendatang.....	70
DAFTAR PUSTAKA		