

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Identifikasi Masalah	10
C. Rumusan Masalah	11
D. Tujuan Penelitian	11
E. Kegunaan Penelitian.....	12
F. Kerangka Pemikiran.....	13
G. Hipotesis.....	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	19
A. Manajemen.....	19
1. Pengertian Manajemen.....	19
2. Fungsi Manajemen.....	21
B. Manajemen Pemasaran.....	23
1. Pengertian Pemasaran	23
2. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	24
3. Konsep Pemasaran	25
4. Fungsi Manajemen Pemasaran.....	28
C. Promosi	30
1. Pengertian Promosi	30
2. Tujuan Promosi	31

3. Jenis Promosi.....	33
D. Kualitas Pelayanan	34
1. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	34
2. Karakteristik Kualitas Pelayanan	35
3. Dimensi Kualitas Pelayanan.....	36
4. Manfaat Kualitas Pelayanan.....	37
E. Kepuasan Konsumen.....	38
1. Pengertian Kepuasan Konsumen.....	38
2. Dimensi-Dimensi Kepuasan Konsumen	39
3. Mengukur Kepuasan Konsumen	40
4. Manfaat Kepuasan Konsumen	41
5. Faktor Utama Kepuasan Konsumen.....	41
BAB III METODELOGI PENELITIAN	44
A. Metodologi Penelitian	44
B. Populasi dan Sampel	46
1. Populasi	46
2. Sampel.....	46
C. Jenis Data dan Sumber Data	47
1. Jenis Data	47
2. Sumber Data.....	48
D. Variabel dan Operasional Variabel	49
1. Variabel Penelitian	49
2. Operasional Variabel.....	50
E. Teknik Pengumpulan Data.....	52
1. Studi Kepustakaan (Library Research)	53
2. Observasi.....	53
3. Kuesioner atau Angket.....	54
4. Wawancara.....	55

F. Analisis Data	55
1. Analisis Deskriptif.....	55
2. Uji Validitas (Validity).....	56
3. Uji Reliabilitas (Reliability).....	57
4. Analisis Regresi Linier Berganda	58
G. Uji Hipotesis	59
1. Uji Parsial (Uji T).....	60
2. Pengujian Koefisien secara simultan (Uji F).....	60
3. Koefisien Determinan (R2)	61
H. Jadwal danTempat Penelitian.....	62
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	64
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	64
1. Sejarah PT. Grab Indonesia.....	64
2. Visi dan Misi	68
3. Struktur Organisasi PT. Grab Indonesia	69
B. Hasil Penelitian	73
1. Profil Responden	73
C. Pengolahan Data Deskriptif	75
1. Tanggapan Responden mengenai Promosi	76
2. Tanggapan Responden mengenai Kualitas Pelayanan	80
3. Tanggapan Responden mengenai Kepuasan Konsumen.....	85
D. Analisis Data	89
1. Uji Validitas	89
2. Hasil Uji Reliabilitas	92
3. Analisis Regresi Berganda	94
E. Uji Hipotesis	96
1. Uji Parsial (Uji T).....	96
2. Uji Simultan (Uji F)	98

3. Koefisien Determinasi (R^2)	99
F. Pembahasan Penelitian.....	100
1. Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Konsumen.....	100
2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen	101
3. Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen .	101
BAB V PENUTUP.....	103
A. Kesimpulan	103
B. Saran.....	105
1. Akademis.....	105
2. Praktis.....	105

DAFTAR PUSTAKA



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Rating Kualitas Pelayanan Terhadap Konsumen.....	9
Tabel 1.2 Perhitungan Tingkat Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di seputar lingkungan kampus UIN Sunan Gunung Djati Bandung pada tanggal 28 Januari 2018	9
Tabel 1.3 Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian.....	51
Tabel 3.2 Pedoman Nilai Angket.....	54
Tabel 3.3 Jadwal Penelitian.....	62
Tabel 4.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	74
Tabel 4.2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia	74
Tabel 4.3 Karakteristik Responden berdasarkan Jurusan	75
Tabel 4.4 Pengaruh Promosi X1	76
Tabel 4.5 Pengaruh Kualitas Pelayanan X2.....	81
Tabel 4.6 Pengaruh Kepuasan Konsumen Y.....	83
Tabel 4.7 Hasil Pengujian Validasi Promosi	90
Tabel 4.8 Hasil Pengujian Validasi Kualitas Pelayanan	91

Tabel 4.9 Hasil Pengujian Validasi Kepuasan Konsumen.....	91
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Promosi X1.....	93
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan X2	93
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen Y	94
Tabel 4.13 Hasil Regresi Linear Berganda	95
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Secara Parsial	97
Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Koefisien Secara Simultan (Uji F)	98
Tabel 4.16 Hasil Koefisien Determinasi	99



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran.....	15
Gambar 4.1 Logo Grab	65
Gambar 4.2 Struktur Organisasi.....	70

