

DAFTAR ISI

	Halaman
Sampul Depan	i
Sampul Dalam	ii
Prasyarat Gelar	iii
Persetujuan	iv
Penetapan Panitia	v
Ucapan terima kasih	vi
Ringkasan	vii
Abstrak	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Landasan Teori	15
2.2.1 Pengertian Pemasaran.....	15
2.2.1.1 Konsep Pemasaran	17
2.2.1.2 Strategi Pemasaran Jasa.....	18
2.2.1.3 Pemasaran Jasa Penerbangan	19
2.3 Perilaku Konsumen	35
2.4 Jasa	36
2.4.1 Pengertian Jasa	36
2.4.2 Karakteristik Jasa dan Implikasi Pemasarannya	36
2.4.3 Kualitas jasa	38
2.4.4 Mengelola kualitas jasa	40
2.4.5 Pengukuran kualitas jasa	43
2.5 Persepsi Pelanggan	44
2.5.1 Faktor yang mempengaruhi persepsi pelanggan Terhadap layanan	45
2.5.2 Pengorganisasian persepsi pelanggan	48
2.6 Konsep Kualitas layanan dan kepuasan pelanggan	50
2.6.1 Persepsi pelanggan tentang kualitas layanan.....	51
2.7 Kepuasan pelanggan.....	52
2.7.1 Faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan	53

2.7.1.1	Faktor harga	54
2.7.1.2	Faktor situasi	60
2.7.1.3	Faktor pribadi	60
BAB 3	KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS PENELITIAN	62
3.1	Kerangka Konseptual Penelitian	62
3.2	Hipotesis	64
BAB 4	METODE PENELITIAN	65
4.1	Variabel Penelitian	65
4.2	Identifikasi penelitian	65
4.2.1	Definisi Operasional variabel	66
4.3	Populasi dan Sampel	76
4.3.1	Populasi	76
4.3.2	Sampel	77
4.4	Jenis dan Sumber Data	79
4.5	Teknik Pengambilan Data	79
4.6	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrumen penelitian	80
4.6.1	Uji Validitas	81
4.6.2	Uji Reliabilitas	81
4.7	Model dan Teknik Analisis	82
4.7.1	Model Analisis	82
4.7.2	Teknik Analisis	83
BAB 5	ANALISIS HASIL PENELITIAN	88
5.1	Data penelitian	88
5.1.1	Gambaran Umum Perusahaan	88
5.1.2	Lokasi perusahaan	89
5.1.3	Gambaran umum Responden Penelitian	89
5.2	Proses penelitian	92
5.3	Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen penelitian	93
5.3.1	Uji validitas	93
5.3.2	Uji reliabilitas	95
5.4	Analisis dan Hasil Penelitian	96
5.4.1	Analisis Regresi Berganda	97
5.4.2	Evaluasi Ekonometrika	99
5.4.2.1	Uji Multikolinieritas	100
5.4.2.2	Uji Heteroskedastisitas	101
5.5	Pengujian Hipotesis	102
5.5.1	Pengujian Secara Simultan (Uji F)	103
5.5.2	Pengujian Secara Parsial (Uji t)	105

BAB 6 PEMBAHASAN	112
6.1 Pembahasan Hasil Analisis	112
6.2 Analisis Persepsi pelanggan tentang dimensi kualitas layanan ...	112
6.2.1 Pengujian Secara Simultan (Uji F).....	117
6.2.2 Pengujian Secara Parsial (Uji t).....	118
6.3 Dimensi kualitas layanan yang berpengaruh paling dominan.....	122
BAB 7 KESIMPULAN DAN SARAN	124
7.1 Kesimpulan.....	124
7.2 Saran.....	125