DAFTAR ISI

ABSTRAK i
KATA PENGANTAR ii
DAFTAR ISI iii
DAFTAR TABEL iv
DAFTAR GAMBAR v

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Identifikasi Masalah 8
1.3 Batasan Masalah 9
1.4 Rumusan Masalah 9
1.5 Maksud dan Tujuan Penelitian 9
1.5.1 Maksud Penelitian 9
1.5.2 Tujuan Penelitian 10
1.6 Kegunaan penelitian 10
1.6.1 Kegunaan Teoritis 10
1.6.2 Kegunaan Praktis 11
1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian 11

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Pengertian Manajemen 12
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran 12
2.1.2 Pengertian Bauran Pemasaran 14
2.1.3 Jasa 17
2.1.3.1 Karakteristik Jasa 18
2.1.3.2 Klasifikasi Jasa 19
2.1.3.3 Strategi Pemasaran Jasa 22

2.1.4 Kualitas jasa 23
2.1.4.1 Dimensi Kualitas jasa 24
2.1.5 Kepuasan Konsumen 25
2.1.6 Strategi Kepuasan Konsumen 27
2.1.7 Dimensi Kepuasan Konsumen 28
2.1.8 Loyalitas Pelanggan 30
2.1.8.1 Karakteristik Loyalitas Pelanggan 31
2.1.8.2 Dimensi Loyalitas Pelanggan 32
2.1.8.3 Tahap-tahap Loyalitas Pelanggan 32
2.1.8.4 Tipe-tipe Loyalitas Pelanggan 34
2.1.8.5 Tingkat Loyalitas Pelanggan 36
2.1.9 Penelitian Terdahulu 37
2.2 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis 39
2.3 Hipotesis Penelitian 42

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian 43
3.2 Metode penelitian 43
3.3 Operasionalisasi Variabel 44
3.4 Populasi dan Teknik Penarikan Sampel 47
3.5 Teknik Pengumpulan Data 47
3.6 Teknik Analisis Data 49
3.6.1 Validitas 49
3.6.2 Uji Reliabilitas 49
3.6.3 Sumber Data 50
3.6.4 Teknik Pengumpulan Data 50
3.7 Uji Asumsi Klasik 53
3.7.1 Uji Normalitas 54
3.7.2 Analisis Regresi 54
3.7.3 Analisis Koefisien Determinasi 55

3.7.4 Pengujian Hipotesis (Uji t) 56

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian 58
4.1.1 Gambaran Umum Responden 58
4.1.2 Analisis Validitas dan Reliabilitas 60
4.1.3 Hasil survey mengenai Kualitas Pelayanan pada CGV 64
4.1.4 Analisis Deskripsi Hasil Penelitian tentang Loyalitas Pelanggan di CGV 70
4.1.5 Analisis Deskripsi Hasil Penelitian tentang Kepuasan Pelanggan di CGV 71
4.2 Pengujian Statistik 72
4.2.1 Uji Normalitas Data 72
4.2.2 Analisis Koefisien Korelasi 75
4.2.3 Analisis Koefisien Determinasi (R2) 76
4.2.4 Uji Hipotesis 76
4.3 Pembahasan 79
4.3.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan 79
4.3.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. 80

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan 82
5.2 Saran 83

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbedaan Bioskop XX1 dan CGV 2
Tabel 1.2 Perbedaan member CGV dan XX1 3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 37
Tabel 3.1 Desain penelitian 44
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel 46
Tabel 3.5 Interpretasi Kriteria Penilaian Rata – rata 53
Tabel 4.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia 58
Tabel 4.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 59
Tabel 4.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan pendidikan 59
Tabel 4.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan 60
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas jasa 61
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan 61
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan 62
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Jasa 62
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan 63
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan 63
Tabel 4.11 Tanggapan responden untuk dimensi Bukti Langsung (Tangible) .. 64
Tabel 4.12 Tanggapan responden untuk dimensi Kehandalan (reability) 65
Tabel 4.13 Tanggapan responden untuk dimensi Daya tanggap (Responsiveness) 66
Tabel 4.15 Tanggapan responden untuk dimensi Jaminan (Assurance) 67
Tabel 4.16 Tanggapan responden untuk dimensi Empati (Empathy) 68
Tabel 4.17 Rekapitulasi Tanggapan mengenai Kualitas Jasa 69
Tabel 4.18 Rekapitulasi Loyalitas Pelanggan CGV 70
Tabel 4.19 Rekapitulasi Kepuasan Pelanggan CGV 71
Tabel 4.20 Perhitungan Korelasi Sederhana 75
Tabel 4.21 Hasil Uji Koefisien Determinasi 76

Tabel 4.22 Hasil Uji Hipotesis kualittas jasa terhadap kepuasan pelanggan serta implikasinya terhadap loyalitas pelanggan 77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Jumlah Pengunjung CGV BANDUNG 2017-2018 5
Gambar 1.2 Data Member CGV PVJ BANDUNG 2017-2018 7
Gambar 2.1 Tiga Jenis Pemasaran dalam Industri Jasa 23
Gambar 2.2 Kerangka Penelitian 41
Gambar 3.1 Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho (Uji t) 57
Gambar 4.1 Grafik Normal P-Plot untuk X terhadap Y 74
Gambar 4.2 Grafik Normal P-Plot untuk X terhadap Z 74