

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
KATA PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan.....	8
1.4 Kegunaan Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	11
2.2 Landasan Teori	19
2.2.1 Pemasaran	19
2.2.2 Strategi Pemasaran	19
2.2.3 Promosi.....	20
2.2.4 Kualitas Pelayanan	22
2.2.5 Kepercayaan	24
2.2.6 Kenyamanan	26
2.2.7 Kepuasan Konsumen	27
2.2.8 Keputusan Pembelian	29
2.2.9 Hubungan antara promosi, kualitas pelayanan, kepercayaan,kenyamanan dengan kepuasan konsumen dimediasi keputusan pembelian	32
2.3 Kerangka Berpikir	33
2.4 Hipotesis	36

BAB III METODE PENELITIAN	38
3.1 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	38
3.2 Jenis Penelitian	38
3.3 Teknik Penarikan Sampel.....	38
3.3.1 Populasi	38
3.3.2 Sampel	39
3.3.3 Teknik Sampling.....	40
3.4 Metode Pengumpulan Data	41
3.4.1 Sumber Data	41
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data	41
3.5 Operasional Variabel	42
3.5.1 Variabel Bebas / Independen (X)	43
3.5.2 Variabel Intervening / Variabel Mediasi (Z)	45
3.5.3 Variabel Terikat / Dependen (Y).....	46
3.6 Metode Analisis Data	46
3.6.1 Structural Equation Modeling (SEM).....	46
3.6.2 Partial Least Square (PLS)	47
3.6.3 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	48
3.6.4 Model Struktural (<i>inner model</i>).....	49
3.6.5 Uji Mediasi	50
3.6.6 Menentukan Keputusan Hipotesis.....	50
3.7 Jadwal Penelitian	53
BAB IV KEADAAN UMUM DAERAH PENELITIAN.....	54
4.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	54
4.2 Visi Misi Perusahaan.....	54
4.3 Struktur Organisasi.....	55
4.4 Ketenagakerjaan	58
4.5 Sasaran dan tujuan perusahaan	58
4.6 Sarana Fasilitas dan Produk Yang Ditawarkan	59
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	63
5.1 Karakteristik Responden	63
5.2 Deskripsi Jawaban Responden	65
5.2.1 Tanggapan Responden Variabel Promosi (X1).....	65
5.2.2 Tanggapan Responden Variabel Kualitas Pelayanan (X2).....	65
5.2.3 Tanggapan Responden Variabel Kepercayaan (X3)	66

5.2.4	Tanggapan Responden Variabel Kenyamanan (X4)	67
5.2.5	Tanggapan Responden Variabel Keputusan Pembelian (Z).....	67
5.2.6	Tanggapan Responden Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	68
5.3	Evaluasi Model.....	69
5.3.1	Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	69
5.3.2	Model Pengukuran (<i>Inner Model</i>)	76
5.3.3	Uji Mediasi	77
5.4	Uji Hipotesis.....	80
5.5	Pembahasan	84
5.5.1	Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen.....	84
5.5.2	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen	84
5.5.3	Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen	85
5.5.4	Pengaruh Kenyamanan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	86
5.5.5	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	86
5.5.6	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	87
5.5.7	Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian	87
5.5.8	Pengaruh Kenyamanan Terhadap Keputusan Pembelian	88
5.5.9	Pengaruh Keputusan Pembelian Terhadap Kepuasan Konsumen..	88
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN		89
6.1	Kesimpulan.....	89
6.1.1	Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	89
6.1.2	Model Structural (<i>Inner Model</i>)	89
6.1.3	Uji Mediasi	89
6.1.4	Uji Hipotesis	90
6.2	Saran.....	90
6.2.1	Bagi Pelaku Bisnis.....	90
6.2.2	Bagi Pemilik Usaha	91
6.2.3	Bagi Peneliti Selanjutnya.....	91
DAFTAR PUSTAKA		92
LAMPIRAN		