

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan	ii
Halaman Pernyataan.....	iii
Abstrak	iv
<i>Abstract</i>	v
Kata Pengantar	vi
UcapanTerimakasih.....	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar.....	xiv
Daftar Lampiran	xv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	8
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	8
1.2.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.5 Lokasi Penelitian.....	11

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka.....	12
2.1.1 Pemasaran.....	12
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	13
2.2 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	13
2.3 Jasa	17
2.3.1 Pengertian Jasa	17
2.3.2 Karakteristik Jasa	18
2.3.3 Klasifikasi Jasa.....	19
2.4 Promosi Media Sosial.....	23
2.4.1 Pengertian Promosi	23
2.4.2 Tujuan Promosi	24
2.4.3 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Promosi	25
2.4.4 Pengertian Bauran Promosi (<i>Promotion Mix</i>).....	25
2.4.5 Pengertian Promosi Media Sosial	27

2.4.6 Efektivitas Media Sosial.....	28
2.4.7 Pengoprasian Sosial Media	29
2.4.8 Keunggulan Penggunaan Sosial Media.....	30
2.4.9 Dimensi Promosi Media Sosial	31
2.5 Kualitas Pelayanan	33
2.5.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	33
2.5.2 Unsur – Unsur Kualitas Pelayanan	34
2.5.3 Kesenjangan Kualitas Pelayanan	36
2.5.4 Alternatif Perspektif Kualitas Pelayanan	36
2.5.5 Dimensi Kualitas Pelayanan.....	38
2.6 Loyalitas Pelanggan	41
2.6.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan	41
2.6.2 Faktor Penentu Loyalitas Pelanggan.....	43
2.6.3 Karakteristik Loyalitas Pelanggan	43
2.6.4 Tahapan Loyalitas Pelanggan.....	44
2.6.5 Dimensi Loyalitas Pelanggan.....	45
2.7 Penelitian Terdahulu	46
2.8 Kerangka Pemikiran	49
2.9 Hipotesis Penelitian.....	51

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian	52
3.1.1 Sejarah Perusahaan.....	52
3.2 Metode Penelitian.....	53
3.3 Operasional Variabel Penelitian.....	54
3.4 Sumber dan Cara Penentuan Data atau Informasi.....	58
3.4.1 Sumber Data atau Informasi.....	58
3.4.2 Cara Penentuan Data atau Informasi	59
3.4.2.1 Penentuan Ukuran Sampel.....	59
3.4.2.2 Teknik Pengambilan Sampel	62
3.5 Teknik Pengumpulan Data	62
3.6 Teknik Analisis Data	63
3.6.1 Uji Validitas	64
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	65
3.7 Rancangan Analisis dan Hipotesis	67
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	67
3.7.2 Analisis Jenjang.....	69
3.7.3 Uji Asumsi Klasik	71
3.7.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	72

3.7.5 Analisis Koefisien Korelasi.....	73
3.7.6 Koefisien Determinasi.....	74
3.7.7 Rancangan Uji Hipotesis t.....	74
3.7.8 Rancangan Uji Simultan (Uji Statistik F)	76

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Responden	78
4.2 Hasil Kajian Mengenai Promosi Media Sosial Pada Luxury Aquarium.....	83
4.3 Hasil Kajian Mengenai Kualitas Pelayanan Pada Luxury Aquarium.....	90
4.4 Hasil Kajian Mengenai Loyalitas Pelanggan Pada Luxury Aquarium.....	96
4.5 Analisis Data dan Uji Hipotesis	100
4.5.1 Uji Asumsi Klasik	100
4.5.2 Analisis Regresi Linear Berganda.....	105
4.5.3 Analisis Koefisien Korelasi.....	106
4.5.4 Analisis Koefisien Determinasi.....	108
4.5.5 Analisis Koefisien Determinasi.....	108
4.5.5.1 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t).....	109
4.5.5.2 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t).....	111
4.6 Analisis Faktor Pendukung	112
4.7 Analisis Faktor Penghambat.....	112

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	114
5.2 Saran.....	116

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN