

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasi Masalah	6
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian	7
1.4. Kegunaan Penelitian	8
1.5. Lokasi dan Waktu Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Pengertian Pemasaran dan Manajemen Pemasaran	9
2.1.1. Pengertian Pemasaran	9
2.1.2. Pengertian Manajemen Pemasaran	10
2.2. Marketing Mix	10
2.3. Pengertian Jasa	12
2.3.1. Karakteristik Jasa	13
2.3.2. Kategori Bauran Jasa	14
2.4. Kualitas Pelayanan	14
2.4.1. Pengertian Kualitas Pelayanan	14
2.4.2. Faktor Utama Dalam Menentukan Kualitas Jasa	16
2.4.3. Meningkatkan Kualitas Jasa	17
2.5. <i>Store Atmosphere</i>	19
2.5.1. Pengertian <i>Store Atmosphere</i>	19
2.5.2. Faktor- faktor Yang Mempengaruhi <i>Store Atmosphere</i>	21
2.5.3. Elemen <i>Store Atmosphere</i>	23
2.5.4. Aspek- aspek dari Atmosfir	31
2.6. Loyalitas Konsumen	33
2.6.1. Karakteristik Loyalitas Konsumen	34
2.6.2. Tingkatan Loyalitas Konsumen	34

2.6.3.	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen	35
2.6.4.	Tipe-tipe Loyalitas Konsumen	36
2.6.5.	Konsep Loyalitas Konsumen	37
2.6.6.	Tahap-Tahap Pertumbuhan Loyalitas Konsumen	38
2.6.7.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen	39
2.6.8.	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Loyalitas Konsumen	40
2.7.	Perbandingan Penelitian dengan Penelitian Sebelumnya	41
2.8.	Kerangka Pemikiran dan Hipotesis	42
2.9.	Hipotesis	43
BAB III	OBJEK DAN METODE PENELITIAN	44
3.1.	Objek Penelitian	44
3.1.1.	Sejarah Singkat Perusahaan	44
3.1.2.	Visi, Misi dan Motto	44
3.1.3.	Struktur Organisasi	45
3.2.	Metode Penelitian	50
3.2.1.	Populasi dan Sampel	51
3.2.2.	Teknik Pengumpulan Data	53
3.2.3.	Jenis dan Sumber Data	54
3.2.4.	Operasional Variabel	54
3.2.5.	Uji Validitas dan Reliabilitas	57
3.2.6.	Teknik Pengolahan Data	59
3.2.7.	Skala Pengukuran	59
3.2.8.	Analisis Koefisien Korelasi <i>Rank Spearman</i>	60
3.2.9.	Koefisien Determinasi	62
3.2.10.	Analisis Regresi Linear Berganda	62
3.2.11.	Uji Signifikansi	63
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	65
4.1.	Hasil Penelitian	65
4.1.1.	Gambaran Umum Responden	65
4.1.2.	Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan Pada Restaurant Steak Karnivor	68
4.1.3.	Tanggapan Responden Terhadap <i>Store Atmosphere</i> Pada Restaurant Steak Karnivor	74
4.1.4.	Tanggapan Responden Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Restaurant Steak Karnivor	
4.1.5.	Uji Validitas	81

4.1.6.	Uji Reliabilitas	83
4.2.	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Konsumen pada Restaurant Steak Karnivor	85
4.2.1.	Analisis Korelasi Rank Spearman	85
4.2.2.	Uji Hipotesis (t-test)	86
4.3.	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Konsumen secara simultan	87
4.3.1.	Analisis Regresi Linier Berganda	87
4.3.2.	Analisis Korelasi Berganda / Multiple Correlation	88
4.3.3.	Analisis Koefisien Determinasi	89
4.3.4.	Pengujian Simultan (Uji F)	89
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1.	Kesimpulan	91
5.2.	Saran	92
DAFTAR PUSTAKA		94
LAMPIRAN		

