DAFTAR ISI

ABSTRAK i
ABSTRACT ii
KATA PENGANTAR iii
DAFTAR ISI vi
DAFTAR TABEL viii
DAFTAR GAMBAR ix
DAFTAR LAMPIRAN x
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang Penelitian 1
1.2 Identifikasi Masalah 5
1.3 Maksud dan Tujuan penelitian 6
1.4 KegunaanPenelitian 6
1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian 7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA 8
2.1 Pengertian Pemasaran dan Manajemen Pemasaran 8
2.2 Pengertian Bauran Pemasaran 9
2.3 Pengertian Jasa 12
2.4 Pengertian Kualitas 14
2.5 Kepuasan Pelanggan 18
2.6 Loyalitas Pelanggan 25
2.7 Kerangka Pemikiran 29
2.8 Penelitian Terdahulu 33
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN 36
3.1 Objek Penelitian 36
3.2 Metode Penelitian 37
3.3 Teknik Pengolahan Data 44
3.4 Teknik Analisis Data 46
3.5 Koefisien Korelasi 48
3.6 Uji Goodness of Fit 50
3.7 Koefisien Determinasi 51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 52
4.1 Gambaran Umum Penelitian 52
4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas 55
4. 3 Kualitas Layanan pada Bengkel Kurnia 59

4.4 Kepuasan Pelanggan pada Bengkel Kurnia 66
4.5 Tanggapan Responden Mengenai Loyalitas Pelanggan Pada Bengkel Kurnia 72
4.6 Analisi Data 75
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN..... 92
5.1 Kesimpulan 92
5.2 Saran 93
DAFTAR PUSTAKA 95