

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II TELAAH PUSTAKA	
2.1 Pengertian Pemasaran.....	12
2.2 Manajemen Pemasaran	12
2.3 Pengertian Jasa	13
2.4 Pengertian Pelayanan	15
2.5 Kualitas Pelayanan	15
2.6 Dimensi Kualitas Pelayanan.....	16
2.7 Pengertian Servicescape	17
2.8 Pengertian Kepuasan Pelanggan	19
2.9 Pengertian Perilaku Konsumen	21
2.10 Pandangan Islam Terhadap Kepuasan Pelanggan	25
2.11 Penelitian Terdahulu.....	27
2.12 Variabel Penelitian	29
2.13 Konsep Operasional Variabel Penelitian.....	29
2.14 Kerangka Pemikiran	30
2.15 Pengembangan Hipotesis	31



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III	METODE PENELITIAN	
3.1	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	33
3.2	Jenis dan Sumber Data	33
3.3	Teknik Pengumpulan Data	34
3.4	Populasi dan Sampel	35
3.5	Analisis Data	37
3.6	Uji Kualitas Data	38
3.7	Uji Normalitas	39
3.8	Uji Asumsi Klasik	40
BAB IV	GAMBARAN UMUM DAN OBJEK PENELITIAN	
4.1	Sejarah Berdirinya Toyota.....	44
4.2	Visi dan Misi Toyota.....	48
4.3	Logo Toyota	49
4.4	Struktur Organisasi Toyota Pekanbaru.....	49
BAB V	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	54
5.1	Identitas Responden	54
5.2	Deskripsi Variabel.....	56
5.3	Uji Validitas dan Reliabilitas	61
5.4	Uji Asumsi Klasik	64
5.5	Analisis Regresi Linier Berganda.....	67
5.6	Pengujian Hipotesis	69
5.7	Pembahasan	73
BAB VI	KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1	Kesimpulan.....	76
6.2	Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA		