

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.

## DAFTAR ISI

	Hal
<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	viii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	ix
<b>BAB I      PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Sistematika Penulisan.....	7
<b>BAB II     TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Bauran Pemasaran ( <i>marketing mix</i> ) .....	8
2.1.1 Pengertian <i>people</i> .....	9
2.1.2 Pengertian <i>Process</i> .....	12
2.1.3 Pengertian <i>Physical Evidence</i> .....	15
2.2 Pengertian Kepuasan Pelanggan .....	19
2.3 Pengertian Pemasaran.....	23
2.4 Pengertian Jasa dan Pemasaran Jasa .....	24
2.5 Pandangan Islam Tentang Pemasaran dan KepuasanKonsumen .....	27
2.6 Penelitian Terdahulu.....	29
2.7 Variabel Penelitian .....	30
2.8 Kerangka Pemikiran .....	30
2.9 Hipotesis .....	31
<b>BAB III    METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian .....	33
3.2 Jenis dan Sumber Data .....	33
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	33
3.4 Populasi dan Sampel .....	34
3.5 Teknik Analisis Data .....	35
3.6 Uji Kualitas Data .....	36
3.7 Uji Asumsi Klasik .....	38
3.8 Analisis Regresi Linier Berganda.....	39
3.9 Uji Hipotesis.....	40

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.

<b>BAB IV</b>	<b>GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN</b>	
4.1	Sejarah Singkat Perusahaan.....	43
4.2	Struktur Organisasi.....	52
<b>BAB V</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
5.1	Karakteristik Responden .....	54
5.1.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	54
5.2	Deskripsi Variabel.....	54
5.2.1	<i>People</i> ( $X_1$ ).....	55
5.2.2	<i>Process</i> ( $X_2$ ).....	57
5.2.3	<i>Physical evidence</i> ( $X_3$ ).....	58
5.2.4	Kepuasan Pelanggan (Y) .....	60
5.3	Uji Kualitas Data .....	62
5.3.1	Uji Validitas .....	62
5.3.1.1	<i>People</i> ( $X_1$ ) .....	63
5.3.1.2	<i>Process</i> ( $X_2$ ).....	63
5.3.1.3	<i>Physical evidence</i> ( $X_3$ ).....	64
5.3.1.4	Kepuasan Pelanggan (Y) .....	64
5.3.2	Uji Reliability.....	65
5.3.3	Uji Normalitas Data .....	66
5.4	Uji Asumsi Klasik .....	67
5.4.1	Multikolinieritas.....	67
5.4.2	Uji Heteroskedastisitas.....	68
5.4.3	Autokorelasi .....	69
5.5	Analisis Regresi Linier Berganda.....	70
5.6	Uji Hipotesis.....	71
5.6.1	Uji Secara Simultan (Uji F) .....	71
5.6.2	Uji signifikan secara parsial (Uji T).....	73
5.6.3	Koefisien Determinan .....	74
5.7	Pembahasan .....	75
<b>BAB VI</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
6.1	Kesimpulan.....	77
6.2	Saran.....	78

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**