



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.5 Sistematika Penulisan	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pemasaran	13
2.2 Kepuasan Konsumen	15
2.2.1 Defenisi Kepuasan	15
2.2.2 Mengukur Kepuasan Konsumen	16
2.2.3 Mengukur Kepuasan Konsumen	17
2.2.4 Indikator Kepuasan Pelanggan	18
2.2.5 Dimensi Kepuasan Pelanggan	19
2.3 Pelayanan	19
2.3.1 Dimensi Kualitas Pelayanan	24
2.3.2 Indikator Pelayanan	25
2.4 Harga	26
2.4.1 Tujuan Penetapan Harga	28
2.4.2 Metode Penetapan Harga	30
2.4.3 Faktor Dalam Penetapan Harga	31
2.4.3 Indikator Harga	34
2.5 Promosi	34

- 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.



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.

2.5.1 Tujuan Promosi	35
2.5.2 Dimensi Promosi	37
2.6 Pandangan Islam Terhadap Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen	37
2.7 Penelitian Terdahulu	38
2.8 Variabel Penelitian	40
2.8.1 Variabel Bebas/ Independent Variabel (X)	41
2.8.2 Variabel Terikat/ Dependent Variabel (Y) Kepuasan Konsumen	41
2.9 Defenisi Konsep Operasional Variabel Penelitian	41
2.10 Kerangka Pemikiran	44
2.11 Hipotesis	44
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	46
3.2 Jenis dan Sumber Data	46
3.3 Teknik Pengumpulan Data	47
3.4 Populasi dan Sampel	47
3.5 Teknik Analisis Data	49
3.6 Uji Kualitas Data	50
3.7 Uji Asumsi Klasik	52
3.8 Uji Hipotesis	53
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
4.1 Sejarah Singkat Perusahaan	56
4.1.1 Awal Berdirinya Family Box Karaoke Family Box	56
4.1.2 Surat Izin Usaha	57
4.2 Struktur Manajemen Operasional	57
4.2.1 Struktur Manajemen Operasional Family Box	57
4.2.2 Fasilitas	59
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	
5.1 Karakteristik Responden	62
5.1.1 Responden Berdasarkan Usia	62
5.1.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
5.1.2 Responden berdasarkan Jumlah Berkunjung	63



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.

5.2 Deskripsi Variabel	63
5.2.1 Analisis Deskriptif Variabel Pelayanan	63
5.2.2 Analisis Deskriptif Variabel Harga	65
5.2.3 Analisis Deskriptif Variabel Promosi	67
5.2.4 Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen	69
5.3 Uji Kualitas Instrumen Penelitian	71
5.3.1 Uji Validitas	71
5.3.2 Uji Reliabilitas	74
5.4 Uji Normalitas Data	75
5.5 Uji Asumsi Klasik	77
5.5.1 Uji Multikolinieritas	77
5.5.2 Uji Heteroskedastisitas	79
5.5.3 Uji Autokorelasi	80
5.6 Analisis Data Penelitian	81
5.6.1 Regresi Linier Berganda	81
5.6.2 Uji Secara Parsial (Uji T)	83
5.6.3 Uji Secara Simultan (Uji F)	84
5.6.4 Koefisien Determinasi	85
5.7 Pembahasan	87
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1 Kesimpulan	90
6.2 Saran	91
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN	