

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAKSI</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Tinjauan Pustaka.....	8
1. Tinjauan Empiris .....	8
2. Tinjauan Teoritis .....	15
a. Manajemen Pemasaran .....	15
b. Pemasaran Jasa .....	16
c. Karakteristik Jasa .....	17
d. Klasifikasi Jasa .....	20
e. Bauran pemasaran .....	22
f. Dimensi Kualitas Jasa .....	25
g. Fasilitas .....	27
h. Strategi Harga .....	30
i. Isu-Isu Sentral dalam Penetapan Harga Jasa .....	34
j. Strategi Penetapan Harga.....	37
i. Dimensi Harga.....	50

m. Kepuasan Pelanggan.....	52
n. Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	53
o. Faktor-Faktor yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.....	55
F. Konsep yang Menghubungkan Antar Variabel.....	56
G. Kerangka Pemikiran.....	57
H. Definisi Konsep dan Definisi Operasional.....	59
1. Definisi Konsep.....	59
2. Definisi Operasional.....	59
a. Variabel Fasilitas.....	59
b. Variabel Harga.....	60
c. Variabel Kepuasan pelanggan.....	61
I. Operasionalisasi Variabel, Indikator, dan Pernyataan.....	61
J. Hipotesis.....	63
K. Metode Penelitian.....	63
1. Tipe Penelitian.....	63
2. Ruang Lingkup Penelitian.....	63
3. Lokasi Penelitian.....	64
4. Sumber Data.....	64
5. Teknik Pengumpulan Data.....	64
6. Populasi dan Sampel.....	65
7. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	66
8. Uji Asumsi Klasik.....	68
9. Teknik Analisis Data.....	69
a. Analisis Statistika Deskriptif.....	69
b. Analisis Statistika Inferensial.....	70
10. Uji Hipotesis.....	71
a. Analisis Uji F (Uji Secara Simultan).....	71
b. Analisis Uji t (Uji Secara Parsial).....	71
c. Analisis Uji R <sup>2</sup> (Koefisiensi Determinasi).....	72

<b>BAB II GAMBARAN UMUM OBYEK.....</b>	<b>74</b>
A. Sejarah Obyek Penelitian .....	74
B. Visi dan Misi .....	76
C. Struktur Organisasi.....	77
<b>BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>78</b>
A. Identifikasi Responden .....	78
1. Jenis Kelamin Responden .....	79
2. Usia Responden .....	79
3. Pekerjaan Responden .....	81
B. Hasil Uji Instrumen Penelitian .....	82
1. Uji Validitas .....	81
2. Uji Reliabilitas .....	83
C. Analisis Data dan Hasil Penelitian .....	83
1. Analisis Statistik Deskriptif Variabel Fasilitas (X1).....	85
2. Analisis Statistik Deskriptif Variabel Harga (X2) .....	92
3. Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).....	97
D. Uji Asumsi Klasik .....	103
1. Uji Normalitas.....	103
2. Uji Multikolinieritas.....	104
3. Uji Heterokedastisitas .....	105
E. Analisis Persamaan Regresi Linier Berganda .....	106
F. Pengujian Hipotesis .....	107
1. Pengujian Hipotesis Simultan .....	107
2. Pengujian Hipotesis Parsial.....	108
3. Koefisien Determinasi.....	109
G. Pembahasan .....	110
1. Pengaruh Fasilitas (X1) dan Harga (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan ..	110
2. Pengaruh Harga (X1) dan Harga (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan .....	113
<b>BAB IV PENUTUP .....</b>	<b>116</b>
A. Kesimpulan.....	116
B. Saran.....	117
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>117</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Nama Tempat Karaoke di Yogyakarta.....	4
Tabel 1.2 Jumlah Data pelanggan Happy Puppy bulan Juli 2016 – Juni 2017 .....	5
Tabel 1.3 Penelitian Terdahulu .....	10
Tabel 1.4 Operasionalisasi Variabel, Indikator, dan Pernyataan .....	61
Tabel 1.5 Skala Likert .....	65
Tabel 3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	79
Tabel 3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	80
Tabel 3.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	81
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas.....	82
Tabel 3.5 Rangkuman Hasil Uji Reliabilitas.....	83
Tabel 3.6 Adanya ruang tunggu untuk pelanggan serta tersedianya ruangan untuk area merokok dan tidak merokok .....	85
Tabel 3.7 Perencanaan ruangan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan Happy Puppy .....	86
Tabel 3.8 Perlengkapan/perabotan yang terdapat di ruang tunggu karaoke rapi dan lengkap .....	87
Tabel 3.9 diruangan karaoke tata cahaya yang dapat diatur sesuai dengan kebutuhan pelanggan .....	88
Tabel 3. 10 Menciptakan suasana agar menarik sehingga pelanggan nyaman berada diruangan.....	89
Tabel 3.11 Terdapat wifi gratis dan tersediannya makanan dan minuman yang dapat dipesan oleh pelanggan .....	90
Tabel 3.12 Rekapitulasi Rata – Rata Item Variabel Fasilitas.....	91
Tabel 3.13 Keterjangkauan harga yang diberikan Happy Puppy kepada pelanggan.....	92
Tabel 3.14 Harga yang diberikan Happy Puppy sesuai dengan kualitas yang diberikan kepada pelanggan .....	93
Tabel 3.15 Daya saing harga yang diberikan Happy Puppy sesuai dengan manfaat yang diberikan .....	94
Tabel 3.16 Harga Happy Puppy sesuai dengan manfaat yang diberikan.....	95
Tabel 3.17 Rekapitulasi Rata – Rata Item Harga.....	96
Tabel 3.18 Melakukan pembelian ulang ketika pelanggan membeli produk jasa yang sama pada Happy Puppy.....	97
Tabel 3.19 Mengatakan hal baik tentang Happy Puppy kepada orang lain (rekomendasi) .....	98
Tabel 3.20 Kurang memperhatikan merek dan iklan produk pesaing Happy Puppy .....	99
Tabel 3.21 Tidak terlalu sensitive terhadap harga yang diberikan Happy Puppy kepada pelanggan .....	100

Tabel 3. 22 Perasaan senang saat menikmati harga serta fasilitas yang tersedia di Happy Puppy .....	101
Tabel 3.23 Rekapitulasi Rata – Rata Variabel Kepuasan Pelanggan.....	102
Tabel 3.24 Hasil Uji Normalitas .....	103
Tabel 3.25 Hasil Uji Multikolinieritas .....	104
Tabel 3.26 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	106
Tabel 3.27 Hasil Uji Anova .....	108
Tabel 3.28 Hasil Uji Parsial .....	108
Tabel 3.29 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	109

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran .....	58
Gambar 1.2 Hipotesis.....	63
Gambar 2.1 Logo Happy Puppy .....	76
Gambar 2.3 Struktur Organisasi Perusahaan .....	77
Gambar 3.1 Hasil Uji Heterokedastisitas .....	105