

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
<b>1.1    Gambaran Umum Objek Penelitian.....</b>	<b>1</b>
<b>1.2    Latar Belakang Penelitian .....</b>	<b>1</b>
<b>1.3    Perumusan i Masalah.....</b>	<b>9</b>
<b>1.4    Tujuan Penelitian .....</b>	<b>9</b>
<b>1.5    Manfaat Penelitian .....</b>	<b>9</b>
<b>1.5.1    Manfaat Teoritis.....</b>	<b>9</b>
<b>1.5.2    Manfaat Praktis .....</b>	<b>10</b>
<b>1.6    Sistematika Penulisan .....</b>	<b>10</b>
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	12
<b>2.1    Teori-Teori iTerkait Penelitian.....</b>	<b>12</b>
<b>2.1.1    Pemasaran .....</b>	<b>12</b>
2.1.2    Manajemen Pemasaran .....	12
2.1.3    Bauran Pemasaran.....	13
<b>2.1.4    Perilaku Konsumen .....</b>	<b>15</b>
<b>2.1.5    Persepsi Kualitas (<i>Perceived Quality</i>).....</b>	<b>15</b>

<b>2.1.6</b>	<b>Kepuasan Konsumen</b> .....	17
<b>2.1.7</b>	<b>Kenyamanan</b> .....	19
2.1.8	Pengaruh Persepsi Kualitas Terhadap Kepuasan Konsumen.....	20
<b>2.1.9</b>	<b>Pengaruh Persepsi Kualitas Terhadap Kepuasan Konsumen Yang dimoderasi Oleh Kenyamanan i</b> .....	21
<b>2.2</b>	<b>Penelitian Terdahulu</b> .....	22
<b>2.3</b>	<b>Kerangka Penelitian</b> .....	25
<b>2.4</b>	<b>Hipotesis Penelitian</b> .....	27
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....		29
<b>3.1</b>	<b>Jenis Penelitian</b> .....	29
<b>3.2</b>	<b>Operasionalisasi Variabel</b> .....	30
<b>3.3</b>	<b>Skala Pengukuran</b> .....	33
<b>3.4</b>	<b>Tahapan Penelitian</b> .....	33
<b>3.5</b>	<b>Populasi Dan Sampel</b> .....	34
<b>3.5.1</b>	<b>Populasi</b> .....	34
<b>3.5.2</b>	<b>Sample</b> .....	35
<b>3.5.3</b>	<b>Analisis Deskriptif</b> .....	40
<b>3.5.4</b>	<b>Partial Least Squares (PLS)</b> .....	43
<b>3.5.5</b>	<b>Pengujian Hipotesis</b> .....	47
3.5.6	Analisis Variabel Moderasi.....	48
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....		49
<b>4.1</b>	<b>Karakteristik Responden</b> .....	49
<b>4.1.1</b>	<b>Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin</b> .....	49
<b>4.1.2</b>	<b>Karakteristik Responden Berdasarkan Usia</b> .....	49
<b>4.1.3</b>	<b>Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili Asal</b> .....	50
<b>4.1.4</b>	<b>Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan</b> .....	51
<b>4.1.5</b>	<b>Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-Rata Pendapatan Perbulan</b> 51	

<b>4.2</b>	<b>Analisis Deskriptif</b> .....	52
4.2.1	Tanggapan Responden imengenai Variabel Persepsi Kualitas ( <i>Perceived Quality</i> )	52
4.2.2	Tanggapan Responden imengenai Variabel Kepuasan Konsumen .....	53
4.2.3	Tanggapan Responden imengenai Variabel Kenyamanan .....	54
<b>4.3</b>	<b>Analisis Data</b> .....	56
4.3.1	<i>Outer Model</i> (Model Pengukuran).....	56
4.3.2	Convergent Validity.....	57
4.3.3	Diskriminan <i>Validity</i> .....	59
4.3.4	Uji Realibilitas .....	61
4.3.5	<i>Inner Model</i> (Model Struktural).....	61
4.3.6	Rsquare ( $R^2$ ) .....	62
4.3.7	Q-Square .....	63
4.3.8	EffectiSize .....	63
4.3.9	Pengujian Hipotesis ( <i>Path Coefficient</i> ).....	64
<b>4.4</b>	<b>Pembahasan</b> .....	65
4.4.1	Pembahasan Pengaruh Persepsi Kualitas terhadap Kepuasan Konsumen	65
4.4.2	Pembahasan Kenyamanan dapat Memoderasi Persepsi Kualitas terhadap Kepuasan Konsumen .....	67
BAB V KESIMPULAN Dan SARAN .....		69
<b>5.1</b>	<b>Kesimpulan</b> .....	69
<b>5.2</b>	<b>Saran</b> .....	69
5.2.1	Saran Praktis .....	69
5.2.2	Saran Teoritis .....	70
DAFTAR PUSTAKA .....		71
LAMPIRAN.....		74