

## ABSTRAK

Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Mahasiswa UKM Bandung”. Jenis penelitian ini adalah causal explanatory. Yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah Masyarakat kota Bandung. Yang menjadi Sampel dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Kristen Maranatha yang ada di kota Bandung. Teknik Sampling yang digunakan oleh penulis adalah Non Probability Sampling. Jenis metode nonprobability sampling yang akan dipakai adalah sampling purposive.

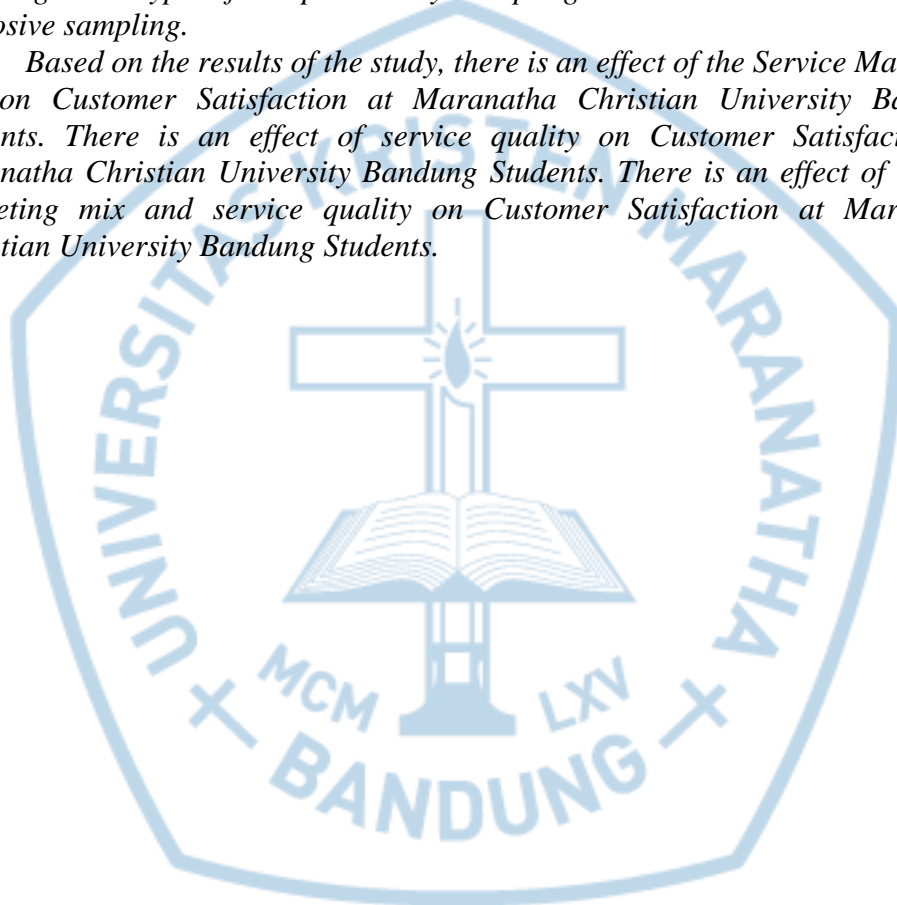
Berdasarkan hasil penelitian, terdapat pengaruh Bauran Pemasaran Jasa terhadap Kepuasan Konsumen Pada Mahasiswa UKM Bandung. Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Mahasiswa UKM Bandung. Terdapat pengaruh bauran pemasaran jasa dan kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Mahasiswa UKM Bandung.



## **ABSTRACT**

*Researchers are interested in conducting a study entitled "The Effect of Service Marketing Mix and Service Quality on Customer Satisfaction of Maranatha Christian University Students in Bandung". This type of research is a causal explanatory. The population in this study is the people of the city of Bandung. The samples in this study were students of Maranatha Christian University in the city of Bandung. The sampling technique used by the author is Non Probability Sampling. The type of nonprobability sampling method that will be used is purposive sampling.*

*Based on the results of the study, there is an effect of the Service Marketing Mix on Customer Satisfaction at Maranatha Christian University Bandung Students. There is an effect of service quality on Customer Satisfaction at Maranatha Christian University Bandung Students. There is an effect of service marketing mix and service quality on Customer Satisfaction at Maranatha Christian University Bandung Students.*



## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS KRIPSI .....	ii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN .....	iv
SURAT KETERANGAN .....	v
ABSTRAK .....	vi
ABSTRACT .....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
BAB I: PENDAHULUAN .....	1
1.1.Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	6
1.3. Tujuan Penelitian .....	7
1.4. Kegunaan Penelitian.....	7
BAB II: TINJAUAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....	9
2.1. Tinjauan Teori .....	9
2.1.1. Manajemen .....	9
2.1.2. Pemasaran .....	9
2.1.4. Manajemen Pemasaran Jasa .....	12
2.1.5. Bauran Pemasaran Jasa .....	13
2.1.5.1. Product .....	13
2.1.5.2. Price .....	13
2.1.5.3. Place .....	14
2.1.5.4. Promotion.....	14
2.1.5.5. People.....	15
2.1.5.6. Process .....	15
2.1.5.7. Physical Evidence .....	15

2.1.6. Kualitas Pelayanan .....	15
2.1.7. Perilaku Konsumen .....	17
2.1.8. Kepuasan Konsumen.....	22
2.3. Kerangka Pemikiran.....	26
2.4. Pengembangan Hipotesis .....	26
BAB III: METODOLOGI PENELITIAN .....	29
3.1. Jenis Penelitian.....	29
3.2. Populasi dan Sampel Penelitian .....	29
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	30
3.4. Metode Pengumpulan Data .....	33
3.5. Metode Pengolahan Data .....	34
3.5.1. Uji Instrumen .....	34
3.5.1.1. Uji Validitas .....	34
3.5.1.2. Uji Reliabilitas .....	34
3.5.2. Uji Asumsi Klasik.....	34
3.5.2.1. Uji Normalitas .....	34
3.5.2.2. Uji Heteroskedastisitas .....	35
3.5.2.3. Uji Multikolinearitas .....	35
3.5.3. Uji Hipotesis .....	36
3.5.3.1. Uji Regresi Linier berganda .....	36
3.5.3.2. Uji Regresi linier sederhana (uji t) .....	36
3.5.3.3. Koefisien Determinasi.....	37
BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	38
4.1. Hasil Penelitian .....	38
4.1.1. Gambaran responden penelitian .....	38
4.1.2. Uji Instrumen .....	40
4.1.2.1. Uji Validitas .....	40
4.1.2.2. Uji Reliabilitas .....	41
4.1.3. Uji Asumsi Klasik.....	42

4.1.3.1. Uji Normalitas .....	42
4.1.3.2. Uji Heteroskedadistitas .....	43
4.1.2.3. Uji Multikolinearitas .....	44
4.1.4. Uji Hipotesis .....	46
4.1.4.1. Uji Regresi Linier berganda .....	46
4.1.4.2. Uji Regresi linier sederhana (uji t) .....	47
4.1.4.3. Uji Regresi linier verganda (uji F) .....	50
4.1.4.4. Koefisien Determinasi.....	51
4.2. Pembahasan.....	52
BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN .....	55
5.1. Simpulan .....	55
5.2. Implikasi manajerial.....	56
5.3. Keterbatasan Penelitian.....	56
5.4. Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA 58	

