

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	9
C. Batasan Masalah	10
D. Rumusan Masalah.....	10
E. Tujuan penelitian	10
F. Manfaat Penelitian.....	11
1. Manfaat Teoritis.....	11
2. Manfaat Praktis.....	11
G. Jadwal Peneltian.....	12
H. Sistematika Penulisan Skripsi	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
A. Konsep dan Teori.....	14

1. Manajemen	14
2. Manajemen Pemasaran	20
3. Kualitas pelayanan	23
4. Promosi	27
5. Kepuasan Pelanggan.....	33
B. Kajian penelitian Terdahulu	35
C. Kerangka berpikir	46
D. Hipotesis.....	46
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	48
A. Jenis Penelitian	48
B. Waktu dan Wilayah Peneltian	49
1. Waktu.....	49
2. Wilayah	49
C. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	49
1. Populasi	49
2. Sampel	50
3. Teknik Pengambilan Sampel.....	51
D. Jenis dan Sumber Data	52
1. Jenis Data	52
2. Sumber Data	53
E. Teknik Pengumpulan Data.....	55
1. Studi Kepustakaan	55
2. Studi Lapangan	55

F. Variabel Penelitian	56
1. Variabel bebas (<i>Independent Variable</i>)	56
2. Variabel terikat (<i>Dependent Variable</i>)	57
G. Operasionalisasi Variabel Penelitian	57
H. Teknik Analisis Data	60
1. Uji Statistik Deskriptif	60
2. Uji Instrumen Data Penelitian.....	61
3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	63
4. Uji Hipotesis.....	64
5. Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	66
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	67
A. Gambaran Umum Grab.....	67
1. Sejarah/Profil Grab	67
2. Visi dan Misi	69
B. Analisis Deskriptif Statistik.....	69
1. Pengumpulan Data	69
2. Analisis Deskriptif Karakteristik Responden	71
3. Deskripsi Hasil Penelitian	74
C. Analisis Data	86
1. Uji Statistik Deskriptif	86
2. Uji Instrumen Data Penelitian.....	88
3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	92
4. Uji Hipotesis.....	95

5. Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	96
D. Pembahasan Hasil Penelitian	100
1. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Pengguna Jasa Transportasi <i>Online</i> Grab di Kota Bandung.....	100
2. Pengaruh Promosi (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Pengguna Jasa Transportasi <i>Online</i> Grab di Kota Bandung	102
3. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) dan Promosi (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Pengguna Jasa Transportasi <i>Online</i> Grab di Kota Bandung.....	104
BAB V PENUTUP.....	106
A. Kesimpulan.....	106
B. Keterbatasan Penelitian.....	107
C. Saran	107
1. Bagi Perusahaan.....	107
2. Bagi Peneliti Selanjutnya	110
DAFTAR PUSTAKA	111
LAMPIRAN	114