

DAFTAR ISI

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA DAN PERSEPSI MAHASISWA
PADA JURUSAN TARBIYAH TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY*
(Penelitian di Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah (STIT) se-Bandung)**

JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT	iv
المخلص.....	v
LEMBAR PENGESAHAN TESIS.....	vi
LEMBAR PERSETUJUAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	viii
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah	11
C. Rumusan Masalah	11
D. Tujuan Penelitian	12
E. Manfaat Hasil Penelitian	12
F. Kerangka Berfikir.....	12
G. Paradigma Penelitian.....	17
H. Hipotesis	18
I. Hasil Penelitian Terdahulu	18
BAB II LANDASAN TEORI.....	25
A. Bauran Pemasaran Jasa.....	25
1. Pemasaran Jasa.....	25
2. Pemasaran Jasa Pendidikan	27

3.	Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	30
4.	Indikator Bauran Pemasaran Jasa	33
a.	Produk (<i>Product</i>).....	33
b.	Harga (<i>Price</i>)	34
c.	Promosi (<i>Promotion</i>).....	34
d.	Tempat (<i>Place</i>).....	35
e.	Orang (<i>People</i>).....	35
f.	Proses (<i>Process</i>).....	35
g.	Lingkungan Fisik (<i>Physical Evidence</i>).....	36
B.	Persepsi Konsumen (Persepsi Mahasiswa).....	36
1.	Perilaku Konsumen	36
2.	Persepsi Konsumen	39
3.	Indikator Persepsi Konsumen	40
a.	Kognisi (<i>Cognitive</i>)	41
b.	Afeksi (<i>Affecive</i>)	41
c.	Konasi (<i>Conative</i>)	42
C.	<i>Customer Loyalty</i> (Loyalitas Mahasiswa)	42
1.	Proses dan Keputusan Pembelian	42
2.	Nilai dan Kepuasan Konsumen.....	44
3.	Loyalitas Pelanggan (<i>Customer Loyalty</i>)	47
4.	Indikator <i>Customer Loyalty</i>	48
a.	Kepuasan Konsumen (<i>satisfaction</i>).....	48
b.	Pembelian Ulang (<i>repurchasing</i>).....	48
c.	Komitmen Pelanggan (<i>retention</i>).....	49
d.	Rekomendasi (<i>referalls</i>)	49
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	52
A.	Pendekatan dan Metode Penelitian	52
B.	Jenis dan Sumber Data Penelitian	52
C.	Teknik Pengumpulan Data	53
D.	Populasi dan Sampel	54
1.	Populasi penelitian	54
2.	Sampel Penelitian.....	55
E.	Variabel Penelitian	55
F.	Teknik Analisis Data.....	60

1.	Uji Instrumen Penelitian.....	60
a.	Uji Validitas	61
b.	Uji Reliabilitas	64
2.	Uji Persyaratan Analisis Data	66
a.	Uji Normalitas	67
b.	Uji Multikolinieritas	68
c.	Uji Heteroskedestisitas.....	68
G.	Uji Analisis Hipotesis.....	69
H.	Tempat dan Waktu Penelitian.....	70
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		71
A.	Gambaran Umum.....	71
1.	Profil Lokasi Penelitian	71
a.	STIT At-Taqwa KPAD Gegerkalong	71
b.	STIT At-Taqwa Ciparay.....	74
c.	STIT Al-Ihsan Baleendah.....	76
B.	Deskripsi Data Penelitian	77
1.	Deskripsi Karakteristik Data Responden.....	77
2.	Deskripsi Analisis Data Responden	79
C.	Pengujian Prasyarat Analisis Data	88
1.	Uji Normalitas.....	88
2.	Uji Multikolinieritas	90
3.	Uji Heteroskedestisitas	91
D.	Pengujian Hipotesis.....	92
1.	Hipotesis 1 Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa (X1) terhadap <i>Customer Loyalty</i> (Y).....	95
2.	Hipotesis 2 Pengaruh Persepsi Mahasiswa pada Jurusan Tarbiyah (X) terhadap <i>Customer Loyalty</i> (Y).....	96
3.	Hipotesis 3 Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa (X1) dan Persepsi Mahasiswa pada Jurusan Tarbiyah (X2) terhadap <i>Customer Loyalty</i> (Y).....	96
E.	Pembahasan Hasil Penelitian	97
F.	Gagasan Penelitian	102
BAB V PENUTUP		104
A.	Simpulan.....	104
B.	Saran.....	105

DAFTAR PUSTAKA	107
LAMPIRAN	115
RIWAYAT HIDUP	158

