

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	i
ABSTRACT	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Kegunaan Hasil Penelitian	9
1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian	10
1.5.1 Lokasi Penelitian.....	10
1.5.2 Jadwal Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS.....	12
2.1 Tinjauan Pustaka	12
2.1.1 Kualitas Pelayanan.....	12
2.1.1.1 Kunci Pelayanan Unggul.....	13
2.1.1.2 Indikator Kualitas Pelayanan	13
2.1.2 Fasilitas	15
2.1.2.1 Unsur-unsur Fasilitas	16
2.1.2.2 Indikator Fasilitas.....	17
2.1.3 Harga.....	17
2.1.3.1 Tujuan Penetapan Harga	18
2.1.3.2 Pendekatan dalam Menetapkan Harga	19
2.1.3.3 Indikator Harga	20

2.1.4 <i>Online Marketing</i>	20
2.1.4.1 Manfaat <i>Online Marketing</i>	21
2.1.4.2 Keuntungan dan Kelemahan <i>Online marketing</i> ..	22
2.1.4.3 Indikator <i>Online Marketing</i>	23
2.1.5 Kepuasan Konsumen.....	25
2.1.5.1 Elemen Kepuasan Konsumen.....	27
2.1.5.2 Indikator Kepuasan Konsumen	28
2.1.5.3 Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen	29
2.1.6 Hasil Penelitian Terdahulu.....	31
2.2 Kerangka Pemikiran	35
2.2.1 Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen	35
2.2.2 Hubungan Fasilitas Dengan Kepuasan Konsumen	36
2.2.3 Hubungan Harga Dengan Kepuasan Konsumen.....	37
2.2.4 Hubungan <i>Online Marketing</i> Dengan Kepuasan Konsumen..	38
2.2.5 Hubungan Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Harga dan <i>Online Marketing</i> Dengan Kepuasan Konsumen	38
2.3 Hipotesis	40
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	41
3.1 Objek Penelitian	41
3.2 Metode Penelitian	41
3.2.1 Operasionalisasi Variabel	42
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.2.2.1 Jenis Data	45
3.2.2.2 Populasi dan Sampel	46
3.2.2.3 Prosedur Pengumpulan Data	48
3.3 Model Penelitian.....	48
3.3.1. Persamaan Regresi	48
3.3.2. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrumen.....	48
3.3.3. Nilai Jenjang Interval (NJI)	50
3.3.4. Metode <i>Successive Interval</i> (MSI).....	51
3.4 Teknik Analisis Data	52
3.4.1 Analisis Statistik Deskriptif	52

3.4.2 Analisis Regresi Berganda	53
3.4.3 Uji Asumsi Klasik.....	54
3.4.3.1 Uji Normalitas	54
3.4.3.2 Uji Heteroskedastisitas	55
3.4.3.3 Uji Multikolinieritas	55
3.5 Uji Hipotesis	56
3.5.1 Koefisien Determinasi (R^2).....	56
3.5.2 Uji Signifikan Parameter (Uji t).....	57
3.5.3 Uji Secara Bersama-sama (Uji F)	58
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	60
4.1 Hasil Penelitian.....	60
4.1.1 Deskripsi Hasil Penelitian	60
4.1.2 Profil Responden	60
4.1.3 Analisis Data	61
4.1.3.1 Uji Instrumen Penelitian	61
4.1.3.2 Analisis Deskriptif Variabel	62
4.1.3.3 Analisis Regresi Linier Berganda	74
4.1.3.4 Uji Asumsi Klasik.....	76
4.1.3.5 Uji Hipotesis	79
4.2 Pembahasan	81
4.2.1 Pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, harga, dan <i>online marketing</i> secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada UMKM Seblak di Kota Tasikmalaya..	82
4.2.1.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Secara Parsial Terhadap Kepuasan Konsumen pada UMKM Seblak di Kota Tasikmalaya	82
4.2.1.2 Pengaruh Fasilitas Secara Parsial Terhadap Kepuasan Konsumen pada UMKM Seblak di Kota Tasikmalaya	84
4.2.1.3 Pengaruh Harga Secara Parsial Terhadap Kepuasan Konsumen pada UMKM Seblak di	

Kota Tasikmalaya	86
4.2.1.4 Pengaruh <i>Online Marketing</i> Secara Parsial Terhadap Kepuasan Konsumen pada UMKM Seblak di Kota Tasikmalaya	87
4.2.2 Pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, harga, dan <i>online marketing</i> secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen pada UMKM Seblak di Kota Tasikmalaya	90
4.2.3 Besarnya kontribusi kualitas pelayanan, fasilitas, harga, dan <i>online marketing</i> terhadap kepuasan konsumen pada UMKM Seblak di Kota Tasikmalaya..	91
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	92
5.1 Simpulan.....	92
5.2 Saran	92
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN.....	101

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.1	Jadwal Kegiatan Penelitian	11
2.1	Penelitian Terdahulu	31
3.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	43
3.2	Data Konsumen UMKM Seblak di Kota Tasikmalaya.....	46
3.3	Sampel Penelitian.....	47
3.4	Tingkatan Hasil Estimasi Reliabilitas	50
3.5	Kategori Skala.....	51
3.6	Kategori Kepuasan Konsumen.....	51
4.1	Karakteristik Responden	60
4.2	Hasil Uji Reliabilitas	62
4.3	Skala Klasifikasi Nilai Setiap Item Indikator	63
4.4	Skala Klasifikasi Nilai Setiap Item Indikator Kualitas Pelayanan.....	63
4.5	Skala Klasifikasi Nilai Variabel Kualitas Pelayanan	65
4.6	Skala Klasifikasi Nilai Setiap Item Indikator Fasilitas	66
4.7	Skala Klasifikasi Nilai Variabel Fasilitas	67
4.8	Skala Klasifikasi Nilai Setiap Item Indikator Harga.....	68
4.9	Skala Klasifikasi Nilai Variabel Harga	69
4.10	Skala Klasifikasi Nilai Setiap Item Indikator <i>Online Marketing</i>	70
4.11	Skala Klasifikasi Nilai Variabel <i>Online Marketing</i>	71
4.12	Skala Klasifikasi Nilai Setiap Item Indikator Kepuasan Konsumen	72
4.13	Skala Klasifikasi Nilai Variabel Kepuasan Konsumen.....	73
4.14	Hasil Analisis Regresi Berganda.....	74

4.15 Hasil Uji Heteroskedastisitas	77
4.16 Hasil Uji Multikolinieritas	78
4.17 Koefisien Determinasi.....	79
4.18 Hasil uji-t.....	80
4.19 Hasil uji-F	81

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1.1	Kontribusi UMKM terhadap PDB Tahun 2018-2023	2
1.2	Jumlah UMKM Makanan dan Minuman di Kota Tasikmalaya Tahun 2021-2023.....	3
2.1	Kerangka Pemikiran	40
4.1	Hasil Uji Normalitas	76

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1	Kuesioner Penelitian.....	101
2	Hasil Uji Validitas dengan Menggunakan Eviews.....	109
3	Hasil Uji Reliabilitas dengan Menggunakan SPSS.....	112
4	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	114
5	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	115