

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	23
1.2.1 Identifikasi Masalah	23
1.2.2 Rumusan Masalah	25
1.3 Tujuan Penelitian	26
1.4 Pembatasan Masalah.....	26
1.5 Kegunaan Penelitian	27
1.5.1 Kegunaan Pengembangan Ilmu.....	27
1.5.2 Kegunaan Operasional	27
1.5.3 Kegunaan Akademis.....	28
1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian	29
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN	
 HIPOTESIS.....	30
2.1 Kajian Pustaka	30
2.1.1 Manajemen Pemasaran Jasa	30
2.1.2 Bauran Pemasaran Jasa	31
2.1.3 Kualitas Produk (<i>Product Quality</i>)	32
2.1.3.1 Pengertian Kualitas Produk.....	32

2.1.3.2	Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk	33
2.1.3.3	Perspektif Kualitas Produk Jasa	34
2.1.3.4	Alat Ukur Kualitas Produk	36
2.1.4	Promosi (<i>Promotion</i>)	39
2.1.4.1	Pengertian Promosi	39
2.1.4.2	Tujuan Promosi	40
2.1.4.3	Fungsi Promosi	41
2.1.4.4	Langkah Mengembangkan Promosi	42
2.1.4.5	Alat Ukur Promosi	43
2.1.5	Orang (<i>People</i>)	46
2.1.5.1	Pengertian Orang/People	46
2.1.5.2	Elemen People	48
2.1.5.3	Alat Ukur Orang / People	48
2.1.6	Proses (<i>Process</i>)	49
2.1.6.1	Pengertian Proses	49
2.1.6.2	Alat Ukur Proses	50
2.1.7	Kepuasan Pelanggan	51
2.1.7.1	Pengertian Kepuasan Pelanggan	51
2.1.7.2	Alat Ukur Kepuasan Pelanggan	52
2.1.8	Penelitian Terdahulu	54
2.2	Kerangka Pemikiran	59
2.2.1	Keterkaitan Antar Variabel	64
2.2.1.1	Keterkaitan Antara Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan	64
2.2.1.2	Keterkaitan Antara Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan	64
2.2.1.3	Keterkaitan Antara Orang (People) Terhadap Kepuasan Pelanggan	65
2.2.1.4	Keterkaitan Antara Proses Terhadap Kepuasan Pelanggan	65

2.2.1.5 Keterkaitan Antara Kualitas Produk, Promosi dan Orang, Proses Terhadap Kepuasan Pelanggan	66
2.3 Hipotesis	67
BAB III METODE PENELITIAN	69
3.1 Metode Penelitian	69
3.2 Operasionalisasi Variabel	70
3.3 Sumber dan Cara Penentuan Data	73
3.3.1 Sumber Data.....	73
3.3.2 Teknik Penentuan Data/ Informasi.....	74
3.3.3 Cara Penentuan Data	76
3.3.3.1 Populasi	76
3.3.3.2 Sampel	76
3.4 Teknik Pengujian Data.....	78
3.4.1 Uji Validitas.....	78
3.4.2 Uji Reliabilitas	79
3.5 Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis	79
3.5.1 Rancangan Analisis	79
3.5.1.1 Analisis Deskriptif.....	80
3.5.1.2 Analisis Verifikatif	81
3.5.2 Uji Hipotesis	86
3.5.2.1 Uji T	87
3.5.2.2 Uji F.....	89
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	90
4.1 Hasil Penelitian.....	90
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	90
4.1.1.1 Visi Dan Misi Hits Unikom Radio	91
4.2 Pembahasan Penelitian	92
4.2.1 Karakteristik Responden	92
4.3 Analisis Data	96
4.3.1 Analisis Data Deskriptif.....	96

4.3.1.1	Tanggapan Responden Tentang Kualitas Produk Hits Unikom.....	96
4.3.1.2	Tanggapan Responden Tentang Promosi Hits Unikom Radio	101
4.3.1.3	Tanggapan Responden Tentang Orang/People Hits Unikom Radio	105
4.3.1.4	Tanggapan Responden Tentang Proses Hits Unikom Radio	109
4.3.1.5	Tanggapan Responden Tentang Kepuasan Pelanggan Hits Unikom Radio	112
4.4	Analisis Data Verifikatif	114
4.4.1	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	115
4.4.2	Spesifikasi Model.....	117
4.4.3	Identifikasi Model	118
4.4.4	Estimasi Model	119
4.4.5	Uji Kecocokan Model	121
4.4.6	Uji Analisis.....	123
4.4.6.1	Uji Hipotesis Parsial (Uji T).....	124
4.4.6.2	Uji Hipotesis Simultan (Uji F)	126
4.5	Pembahasan	127
4.5.1	Gambaran Kualitas Produk, Promosi, <i>People</i> , <i>Process</i> dan Kepuasan Pelanggan Hits Unikom Radio	127
4.5.2	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Hits Unikom Radio	128
4.5.3	Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Hits Unikom Radio	128
4.5.4	Pengaruh Orang/ <i>People</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan Hits Unikom Radio	129
4.5.5	Pengaruh Proses Terhadap Kepuasan Pelanggan Hits Unikom Radio	130

4.5.6 Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Orang/ <i>People</i> dan Proses Terhadap Kepuasan Pelanggan Hits Unikom Radio	130
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	132
5.1 Kesimpulan.....	132
5.2 Saran	134
DAFTAR PUSTAKA.....	136
LAMPIRAN.....	141

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Hasil Survey Awal Bauran Pemasaran Jasa	9
Tabel 1. 2 Tabel Pendengar Hits Unikom Radio 2023	11
Tabel 1. 3 Hasil Survey Awal Kepuasan Pelanggan.....	12
Tabel 1. 4 Ulasan Komentar Pendengar Hits Unikom Radio.....	14
Tabel 1. 5 Hasil Survey Awal Kualitas Produk Jasa/ <i>Quality Product</i>	14
Tabel 1. 6 Ulasan Komentar Pendengar Hits Unikom Radio.....	16
Tabel 1. 7 Hasil Survey Awal Promosi/ <i>Promotion</i>	17
Tabel 1. 8 Hasil Survey Awal Orang/ <i>People</i>	20
Tabel 1. 9 Hasil Survey Awal Proses/ <i>Process</i>	22
Tabel 1. 10 <i>Time Schedule</i> Penelitian.....	29
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	54
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel	71
Tabel 3. 2 Skala Likert	76
Tabel 3. 3 Jumlah Sampel Penelitian	77
Tabel 3. 4 Kriteria Persentase Tanggapan Responden	81
Tabel 3. 5 Kriteria Nilai GoF	86
Tabel 4. 1 Kriteria Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	92
Tabel 4. 2 Kriteria Responden Berdasarkan Usia	93
Tabel 4. 3 Kriteria Responden Berdasarkan Profesi	94
Tabel 4. 4 Kriteria Responden Berdasarkan Pengeluaran rata-rata perbulan.....	95
Tabel 4. 5 Penilaian Responden Tentang Kualitas Produk Hits Unikom Radio.....	96
Tabel 4. 6 Skoring Variabel Kualitas Produk Per-Dimensi	100
Tabel 4. 7 Penilaian Responden Tentang Promosi Hits Unikom Radio.....	101
Tabel 4. 8 Skoring Variabel Promosi Per-Dimensi	104
Tabel 4. 9 Penilaian Responden Tentang Orang/ <i>People</i> Hits Unikom Radio	105
Tabel 4. 10 Skoring Variabel Orang/ <i>People</i> Per-Dimensi.....	108
Tabel 4. 11 Penilaian Responden Tentang Proses Hits Unikom Radio.....	109

Tabel 4. 12 Skoring Variabel Proses Per-Dimensi	110
Tabel 4. 13 Jawaban Responden Tentang Kepuasan Pelanggan Hits Unikom Radio.....	112
Tabel 4. 14 Skoring Variabel Kepuasan Pelanggan Per-Dimensi	113
Tabel 4. 15 Hasil Evaluasi Terhadap Validitas dan Reliabilitas	116
Tabel 4. 16 Uji Kecocokan Keseluruhan Model	121
Tabel 4. 17 Hasil Uji Hipotesis (Uji T)	124

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Penggunaan Aplikasi Seluler Kategori Indonesia 2020	4
Gambar 1. 2 Perkembangan pengguna media digital (<i>streaming</i>)	5
Gambar 1. 3 Persentase pendengar podcast (Januari 2024)	6
Gambar 1. 4 Logo Hits Unikom Radio	8
Gambar 1. 5 Grafik Pendengar Hits Unikom Radio tahun 2023	11
Gambar 1. 6 <i>Engagement Social Media</i> Hits Unikom Radio	18
Gambar 1. 7 Isi <i>Whatsapp</i> pendengar Hits Unikom Radio	20
Gambar 1. 8 Komentar Instagram Pendengar Hits Unikom Radio	22
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Orang, dan Proses Terhadap Kepuasan Pelanggan Hits Unikom Radio	67
Gambar 3. 1 Gambar Garis Kontinum	81
Gambar 3. 2 Struktur Model Spesifikasi	83
Gambar 4. 1 Logo Hits Unikom Radio	90
Gambar 4. 2 Garis Kontinum Kualitas Produk Hits Unikom Radio	101
Gambar 4. 3 Garis Kontinum Promosi Hits Unikom Radio	105
Gambar 4. 4 Garis Kontinum Orang/ <i>People</i> Hits Unikom Radio	108
Gambar 4. 5 Garis Kontinum Proses Hits Unikom Radio	111
Gambar 4. 6 Garis Kontinum Kepuasan Pelanggan Hits Unikom Radio	114
Gambar 4. 7 Spesifikasi Model	118
Gambar 4. 8 Hasil Estimasi CFA	120
Gambar 4. 9 Hasil Estimasi Full Model	120
Gambar 4. 10 <i>Structural Equations Full Model</i>	122
Gambar 4. 11 Hasil Uji Hipotesis (Uji T)	124

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Balasan	142
Lampiran 2 Kuesioner Awal.....	143
Lampiran 3 Kuesioner Akhir.....	146
Lampiran 4 Lembar Kuesioner	147
Lampiran 5 Tabulasi Data	154
Lampiran 6 Uji Validitas	157
Lampiran 7 Uji Reliabilitas.....	158
Lampiran 8 <i>Standardized Solution</i>	161
Lampiran 9 Uji T.....	162