# **DAFTAR ISI**

[LEMBAR PENGESAHAN ii](#_Toc131287153)

[PERNYATAAN iii](#_Toc131287154)

[MOTTO DAN DEDIKASI iv](#_Toc131287155)

[ABSTRAK v](#_Toc131287156)

[*ABSTRACT* vi](#_Toc131287157)

[RINGKESAN vii](#_Toc131287158)

[KATA PENGANTAR viii](#_Toc131287159)

[RIWAYAT HIDUP xiii](#_Toc131287160)

[DAFTAR ISI xv](#_Toc131287161)

[DAFTAR TABEL xvii](#_Toc131287162)

[DAFTAR GAMBAR xx](#_Toc131287163)

[DAFTAR LAMPIRAN xxi](#_Toc131287164)

[BAB I PENDAHULUAN 1](#_Toc131287165)

[1.1 Latar Belakang Penelitian 1](#_Toc131287166)

[1.2 Perumusan Masalah 5](#_Toc131287167)

[1.3 Tujuan Penelitian 6](#_Toc131287168)

[1.4 Kegunaan Penelitian 7](#_Toc131287169)

[1.5 Lokasi dan Lamanya Penelitian 7](#_Toc131287170)

[1.5.1 Lokasi Penelitian 7](#_Toc131287171)

[1.5.2 Lamanya Penelitian 8](#_Toc131287172)

[BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERFIKIR 9](#_Toc131287173)

[2.1 Administrasi Bisnis 9](#_Toc131287174)

[2.1.1 Pengertian Administrasi 9](#_Toc131287175)

[2.1.2 Pengertian Bisnis 10](#_Toc131287176)

[2.1.3 Pengertian Administrasi Bisnis 11](#_Toc131287177)

[2.2 Pemasaran Produk 11](#_Toc131287178)

[2.2.1 Pengertian Pemasaran 11](#_Toc131287179)

[2.2.2 Bauran Pemasaran 14](#_Toc131287180)

[2.2.3 Pengertian Produk 16](#_Toc131287181)

[2.2.4 Pengertian Pemasaran Produk 18](#_Toc131287182)

[2.3 Kualitas Pelayanan 20](#_Toc131287183)

[2.3.1 Pengertian Kualitas 20](#_Toc131287184)

[2.3.2 Pengertian Pelayanan 23](#_Toc131287185)

[2.3.3 Pengertian Kualitas Pelayanan 25](#_Toc131287186)

[2.4 Kepuasan Konsumen 29](#_Toc131287187)

[2.4.1 Pengertian Kepuasan 29](#_Toc131287188)

[2.4.2 Pengertian Konsumen 30](#_Toc131287189)

[2.4.3 Pengertian Kepuasan Konsumen 31](#_Toc131287190)

[2.5 Penelitian Terdahulu 33](#_Toc131287191)

[2.6 Kerangka Pemikiran 35](#_Toc131287192)

[2.7 Hipotesis 38](#_Toc131287193)

[2.7.1 Hipotesis Statistik 39](#_Toc131287194)

[BAB III METODE PENELITIAN 41](#_Toc131287195)

[3.1 Metode Penelitian 41](#_Toc131287196)

[3.1.1 Paradigma Penelitian 41](#_Toc131287197)

[3.1.2 Metode Penelitian yang digunakan 42](#_Toc131287198)

[3.1.3 Variabel Penelitian 43](#_Toc131287199)

[3.1.4 Teknik Pengumpulan Data 46](#_Toc131287200)

[3.1.5 Teknik Analisis Data 51](#_Toc131287201)

[BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 59](#_Toc131287202)

[4.1 Gambaran Umum Flashy Fashion Bandung 59](#_Toc131287203)

[4.1.1 Sejarah Singkat Flashy Fashion Bandung 59](#_Toc131287204)

[4.1.2 Visi dan Misi Flashy *Shop* 60](#_Toc131287205)

[4.1.3 Struktur Organisasi dan Uraian Tugas 60](#_Toc131287206)

[4.1.3.1 Struktur Organisasi Flashy Shop Bandung 60](#_Toc131287207)

[4.1.3.2 Uraian Tugas Flashy Shop Bandung 62](#_Toc131287208)

[4.1.4 Karakteristik Responden 64](#_Toc131287209)

[4.2 Kondisi Kualitas Pelayanan pada Flashy *Shop* 65](#_Toc131287210)

[4.2.1 Keandalan (*Reliability)* 65](#_Toc131287211)

[4.2.2 Daya Tanggap *(Responsibility)* 68](#_Toc131287212)

[4.2.3 Jaminan *(assurance)* 71](#_Toc131287213)

[4.2.4 Empati *(empathy)* 75](#_Toc131287214)

[4.2.5 Bukti Fisik *(Tangible)* 78](#_Toc131287215)

[4.2.6 Analisis Skor Kualitas Pelayanan 81](#_Toc131287216)

[4.3 Kondisi Kepuasan Konsumen pada Flashy *Shop* 85](#_Toc131287217)

[4.3.1 Kepuasan Konsumen Keseluruhan 85](#_Toc131287218)

[4.3.2 Dimensi Kepuasan Konsumen 88](#_Toc131287219)

[4.3.3 Konfirmasi Harapan 91](#_Toc131287220)

[4.3.4 Minat Pembelian Ulang *(Repurchase Intent)* 93](#_Toc131287221)

[4.3.5 Kesediaan Untuk Merekomendasi 94](#_Toc131287222)

[4.3.6 Ketidakpuasan Konsumen 96](#_Toc131287223)

[4.3.7 Analisis Skor Kepuasan Konsumen 98](#_Toc131287224)

[4.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen 101](#_Toc131287225)

[4.4.1 Hasil Uji Instrumen 101](#_Toc131287226)

[4.4.1.1 Uji Validitas 101](#_Toc131287227)

[4.4.1.2 Uji Reliabilitas 103](#_Toc131287228)

[4.4.2 Hasil Uji Teknik Analisis Data 104](#_Toc131287229)

[4.4.2.1 Pengujian Hipotesis 104](#_Toc131287230)

[4.4.2.2 Uji Regresi Linear Sederhana 105](#_Toc131287231)

[4.4.2.3 Koefisien Korelasi Rank Spearman 107](#_Toc131287232)

[4.4.2.4 Koefisien Determinasi 109](#_Toc131287233)

[4.5 Hambatan-Hambatan dan Upaya Yang Dilakukan 111](#_Toc131287234)

[4.5.1 Hambatan Yang Dihadapi Oleh Flashy *Shop* Bandung 111](#_Toc131287235)

[4.5.2 Upaya Yang Dilakukan Oleh Flashy *Shop* Bandung 112](#_Toc131287236)

[BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 113](#_Toc131287237)

[5.1 Kesimpulan 113](#_Toc131287238)

[5.2 Saran 115](#_Toc131287239)

[DAFTAR PUSTAKA 117](#_Toc131287240)

[LAMPIRAN - LAMPIRAN 118](#_Toc131287241)