

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
HALAMAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
3.1 Latar Belakang Masalah.....	1
3.2 Rumusan Masalah.....	14
3.3 Tujuan Penelitian	15
3.4 Manfaat Penelitian	16
3.5 Sistematika Penulisan.....	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	18
2.1. Landasan Teori	18
2.1.1 Pemasaran	18
2.1.2 Jasa	19
2.1.2.1. Macam-Macam Jasa	19
2.1.2.2. Karakteristik Jasa	20
2.1.2.3. Klasifikasi Jasa.....	21
2.1.2.4. Bauran Pemasaran Jasa.....	23

2.1.3. Keputusan Pembelian	27
2.1.3.1 Jenis-Jenis Perilaku Keputusan Pembelian.....	28
2.1.3.2 Tahap-Tahap Proses Keputusan Pembelian....	30
2.1.3.3 Struktur Keputusan Pembelian.....	31
2.1.3.4 Peranan Pembelian	35
2.1.4 Kualitas Pelayanan	36
2.1.4.1 Dimensi Kualitas Jasa.....	37
2.1.4.2 Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Keputusan pembelian.....	38
2.1.5 Persepsi Harga.....	38
2.1.5.1 Peranan Harga	40
2.1.5.2 Harga Jasa	42
2.1.5.3 Tujuan Penetapan Harga.....	43
2.1.5.4 Faktor Yang Perlu Dipertimbangkan Dalam Penetapan Harga	44
2.1.5.5 Hubungan Persepsi Harga dengan Keputusan Pembelian.....	47
2.1.6 Promosi	47
2.1.6.1. Tujuan Promosi	46
2.1.6.2 Bauran Promosi	50
2.1.6.3 Hubungan Promosi dengan Keputusan Pembelian	51
2.1.7 Penelitian Terdahulu.....	53
2.1.8 Kerangka Pemikiran Hipotesis.....	55
2.1.8 Hipotesis	56
BAB III METODE PENELITIAN	57
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	57
3.1.1 Variabel Penelitian	57

3.1.2 Definisi Operasional Variabel.....	58
3.2 Populasi dan Teknik Sampling	61
3.2.1 Populasi.....	61
3.2.2 Sampel	61
3.2.2.1 Teknik Pengukuran Sampel	62
3.3 Jenis dan Sumber Data	64
3.3.1 Jenis Data Berdasarkan Sumbernya	64
3.4 Metode Pengumpulan Data	65
3.5 Teknik Pengumpulan Data	65
3.6 Skala Pengukuran Data	66
3.7 Metode Analisis data.....	67
3.7.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	67
3.7.2 Uji Instrumen	68
3.7.3 Uji Asumsi Klasik	72
3.7.4 Uji Goodness of Fit	74
BAB IV HASIL DAN ANALISIS	77
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	77
4.1.1 Visi dan Misi Perusahaan	78
4.1.2 Produk Perusahaan	79
4.2 Gambaran Umum Responden.....	82
4.2.1 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	84
4.2.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia	84
4.2.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pekerjaan	85
4.2.4 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Penghasilan.....	86
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian	87
4.3.1 Uji Deskriptif	88

4.3.1.1 Nilai Indeks Jawaban Responden Atas Variabel Kualitas Pelayanan	89
4.3.1.2 Nilai Indeks Jawaban Responden Atas Variabel Kualitas Persepsi Harga.....	91
4.3.1.3 Nilai Indeks Jawaban Responden Atas Variabel Kualitas Promosi	93
4.3.1.4 Nilai Indeks Jawaban Responden Atas Variabel Kualitas Keputusan Pembelian	95
4.4 Pengujian Instrumen.....	97
4.4.1 Hasil Uji Validitas	97
4.4.2 Hasil Uji Reliabilitas	99
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	100
4.5.1 Uji Normalitas.....	100
4.5.2 Uji Multikolinearitas	102
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas	103
4.6 Analisis Regresi Linear Berganda	105
4.7 Uji Goodness of Fit	107
4.7.1 Uji T	107
4.7.2 Koefisien Determinasi	109
4.7.3 Uji F	110
4.8 Pembahasan	112
BAB VPENUTUP	115
5.1 Kesimpulan.....	115
5.2 Keterbatasan Penelitian	117
5.3 Saran.....	118
5.4 Saran Untuk Penelitian Yang Akan Datang	120
DAFTAR PUSTAKA	122
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....