

DAFTAR ISI

SERTIFIKASI.....	ii
PENGESAHAN TESIS	iii
MOTTO	iv
ABSTRACT.....	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Sistematika Penulisan	7
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1 Teori Pemasaran.....	9
2.2 Manajemen Pemasaran.....	10
2.3 Pemasaran Jasa.....	11
2.4 Bauran Pemasaran.....	13
2.4.1 Produk	14
2.4.2 Harga.....	15
2.4.3 Tempat	16
2.4.4 Promosi	18
2.4.5 Orang.....	24
2.4.6 Bukti Fisik.....	25
2.4.7 Proses	27
2.5 Keputusan Pembelian.....	27
2.6 Penelitian Terdahulu	30

2.7 Pengembangan Hipotesis	31
2.7.1 Pengaruh Produk dan Keputusan Pembelian	31
2.7.2 Pengaruh Harga dan Keputusan Pembelian	31
2.7.3 Pengaruh Tempat dan Keputusan Pembelian.....	32
2.7.4 Pengaruh Promosi dan Keputusan Pembelian	32
2.7.5 Pengaruh Orang dan Keputusan Pembelian	33
2.7.6 Pengaruh Bukti Fisik dan Keputusan Pembelian	34
2.7.7 Pengaruh Proses dan Keputusan Pembelian	34
2.8 Model Penelitian	35
 BAB III METODE PENELITIAN	 36
3.1 Desain Penelitian.....	36
3.2 Metode Pengumpulan Data	37
3.3 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	38
3.4 Metode Pengumpulan Data	40
3.5 Teknik Analisis Data.....	41
3.5.1 Uji Asumsi Klasik.....	42
3.5.2 Analisis Regresi Linier.....	43
3.5.3 Pengujian Hipotesis.....	44
3.5.4 Uji Determinasi (R^2)	45
 BAB IV HASIL PENELITIAN.....	 46
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	46
4.2 Gambaran Umum Subyek Penelitian.....	47
4.3 Lokasi Penelitian.....	47
4.4 Karakteristik Responden Penelitian	48
4.4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
4.4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	48
4.4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan	49
4.4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	50
4.4.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan.....	51
4.5 Uji Kelayakan Data	52
4.5.1 Uji Validitas	52
4.5.2 Uji Reliabilitas	53
4.6 Statistik Deskriptif Karakteristik Responden.....	54
4.6.1 Variabel <i>Produk</i>	54
4.6.2 Variabel <i>Harga</i>	55

4.6.3 Variabel <i>Tempat</i>	56
4.6.4 Variabel <i>Promosi</i>	57
4.6.5 Variabel <i>Orang</i>	58
4.6.6 Variabel <i>Bukti Fisik</i>	59
4.6.7 Variabel <i>Proses</i>	60
4.6.8 Variabel <i>Keputusan Pembelian</i>	61
4.7 Uji Asumsi Klasik.....	62
4.7.1 Uji Normalitas.....	62
4.7.2 Uji Multikolinieritas.....	64
4.7.3 Uji Heteroskedastisitas.....	64
4.8 Analisis Regresi Berganda	65
4.8.1 Uji Hipotesis	67
4.9 Pembahasan Antar Variabel Penelitian.....	71
4.9.1 Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	71
4.9.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	71
4.9.3 Pengaruh Tempat Terhadap Keputusan Pembelian	72
4.9.4 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	73
4.9.5 Pengaruh Orang Terhadap Keputusan Pembelian	74
4.9.6 Pengaruh Bukti Fisik Terhadap Keputusan Pembelian	75
4.9.7 Pengaruh Proses Terhadap Keputusan Pembelian	75
BAB V PENUTUP	77
5.1 Kesimpulan	77
5.2 Saran	78
DAFTAR PUSTAKA	80