

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
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
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>57</b>
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
<b>BAB IV HASIL DAN ANALISIS .....</b>	<b>77</b>
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.....	