

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Masalah dan Permasalahan	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Kerangka Pemikiran	8
1.6 Hipotesis	10
II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Pemasaran	11
2.2. Perilaku Konsumen	11
2.2.1 Pengertian	11
2.2.2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	12
2.3. Jasa	26
2.3.1 Pengertian Jasa	26
2.3.2 Karakteristik Jasa	27
2.3.3 Kualitas Jasa	29
2.3.4 Mengelola Kualitas Jasa	30
2.4 Keputusan Pembelian	32
III. METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Desain Penelitian	37
3.2 Metode Pengumpulan Data	37
3.3 Populasi Dan Sampel Penelitian	38
3.3.1 Populasi	38
3.2.2 Sampel	38
3.3. Definisi Operasional Variabel	39
3.4 Pengukuran Skor	40
3.5. Sumber Data	41
3.6 Uji Instrumen Data	41
3.6.1 Uji Validitas Angket	41
3.6.2 Uji Realibilitas Angket.....	44
3.7 Uji Analisis Data	45
3.7.1 Uji Normalitas	45
3.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda	46
	viii

3.7.4 Uji F	46
3.7.5 Uji t	47
IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	48
4.1.1 Sejarah Singkat	48
4.1.2 Visi dan Misi	50
4.1.3. Produk dan Layanan	52
4.1.4 Struktur Organisasi	53
4.2 Hasil Penelitian	61
4.2.1 Karakteristik Responden	61
4.2.2 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden	61
4.3. Analisis Regresi Linier Berganda	105
4.3.1 Uji Regresi Linier Berganda	105
4.3.2 Uji F	107
4.3.3 Uji t	107
4.3 Pembahasan	109
V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	117
5.2. Saran	118

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN