

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan	10
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.5 Kerangka Pemikiran	12
1.6 Hipotesis.....	16
II. LANDASAN TEORI	
2.1 Pentingnya Pemasaran dan Konsep pemasaran.....	17
2.2 Keputusan Pembelian	19
2.3 Tarif	23
2.4 Kualitas Layanan	27
III. METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian	31
3.2 Lokasi Penelitian.....	31
3.3 Sumber Data	31
3.4 Metode Pengumpulan Data	32
3.5 Populasi dan Sampel	33
3.6 Operasional Variabel Penelitian	36
3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas	37
3.5 Alat Analisis Data	38
IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	41
4.1.1 Uji Validitas	41
4.1.2 Uji Reliabilitas	44
4.2 Identitas Konsumen	44
4.3 Hasil Tabulasi data.....	46

4.4 Hasil Perhitungan Statistik.....	54
V. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	58
5.2 Saran	59

DAFTAR PUSTAKA