

DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR JUDUL

ABSTRAK

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.5 Kerangka Pikir.....	12
1.6 Hipotesis	14

BAB II. LANDASAN TEORI

2.1 Pemasaran Jasa	15
2.1.1 Definisi Pemasaran	15
2.1.2 Pengertian Jasa dan Pemasaran Jasa	16
2.1.3 Karakteristik Jasa	18
2.1.4 Variabel-variabel dalam bauran pemasaran	22
2.2 Keputusan Pembelian	23
2.2.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	23
2.2.2 Jenis-jenis tingkah laku keputusan pembelian	24
2.2.3 Proses Keputusan Pembelian	27

2.3 Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian	31
2.4 Hasil Penelitian Terdahulu yang Relevan	32
BAB III. METODE PENELITIAN	
3.1 Desain Penelitian	34
3.2 Jenis dan Pendekatan Penelitian	34
3.3 Populasi dan Sampel	35
3.3.1 Populasi	35
3.3.2 Sampel	35
3.3.3 Metode Pengumpulan Sampel	36
3.4 Data dan Sumber Data	37
3.5 Teknik Pengumpulan Data	37
3.6 Definisi Operasional Variabel	38
3.7 Metode Analisis Data	41
3.7.1 Uji Alat Kuisisioner	41
3.8. Teknik Analisis Data	42
3.8.1 Analisis Kualitatif	42
3.8.2 Analisis Kuantitatif	43
3.9 Uji Hipotesis	44
3.9.1 Uji F (Simultan)	44
3.9.2 Uji t (Parsial)	44
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Kuisisioner	46
4.1.1 Uji Validitas	46
4.1.2 Uji Reliabilitas	49
4.2 Identitas Responden	51
4.3 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden	53
4.3.1 Tanggapan Responden Tentang Produk	53
4.3.2 Tanggapan Responden Tentang Harga	55
4.3.3 Tanggapan Responden Tentang Tempat	57
4.3.4 Tanggapan Responden Tentang Promosi	58
4.3.5 Tanggapan Responden Tentang Guru	60
4.3.6 Tanggapan Responden Tentang Bukti Fisik	62

4.3.7 Tanggapan Responden Tentang Proses	64
4.3.8 Tanggapan Responden Tentang Keputusan Pembelian	64
4.4 Analisis Kuantitatif.....	67
4.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda	67
4.4.2 Uji F (Simultan)	68
4.4.3 Uji t (Parsial)	69
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan	73
5.2 Saran	74

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN