

DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR SINGKATAN	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah/ Identifikasi Masalah	4
1.3. Maksud Dan Tujuan Penelitian	5
1.4. Pembatasan Masalah	5
1.5. Manfaat Dan Kegunaan Karya Akhir	6
1.6. Sistematika Penulisan	6
BAB II. DESKRIPSI PERSAHAAN	
2.1. Sejarah Perusahaan	8

2.2. Lingkup Bidang Usaha	10
2.3. Visi, Misi dan Lokasi Perusahaan	11
2.4. Struktur Organisasi	12
2.5. Sumber Daya	12
2.6. Tantangan Bisnis	12

BAB III. KAJIAN PUSTAKA

3.1. Perilaku Konsumen	14
3.1.1. Definisi Perilaku Konsumen	14
3.1.2. Tahap-tahap dalam Proses Pembelian	15
3.1.3. Model Perilaku Konsumen	18
3.2. Bauran Pemasaran	20
3.2.1. Produk (<i>Product</i>)	21
3.2.2. Harga (<i>Price</i>)	25
3.2.3. Tempat (<i>Place</i>)	29
3.2.4. Promosi (<i>Promotion</i>)	32
3.3. Kualitas Jasa	34
3.3.1. Dimensi Kualitas Jasa	34
3.4. Kerangka Berpikir dan Hipotesis	35

BAB IV METODE PENELITIAN

4.1. Objek Penelitian	38
4.2. Metode Penelitian	38
4.3. Metode Pengambilan Sampel	39
4.4. Teknik Pengumpulan Data	41

4.5. Operasional Variabel dan Pengukuran	41
4.6. Pengolahan Data	42
4.6.1. Uji Validitas	43
4.6.2. Uji Reliabilitas	43
4.6.3. Uji Asumsi klasik	44
4.7. Analisa Regresi Berganda	44
4.8. Uji Hipotesis	45
4.8.1. Uji F	45
4.8.2. Uji T	46
BAB V HASIL DAN ANALISA	
5.1. Karakteristik Responden	48
5.2. Analisis Diskriptif	50
5.2.1. Bauran pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	50
5.2.2. Kualitas Jasa	55
5.2.3. Keputusan Pembelian	57
5.3. Pengujian Data dan Instrumen	59
5.3.1. Uji Reliabilitas	
.....	59
5.3.2. Uji Validitas	60
5.3.2.1. Analisis Faktor	60
5.4. Analisis Regresi	
.....	64
5.4.1. Uji Asumsi Klasik	64

5.4.1.1. Uji Heteroskedastisitas	64
5.4.1.2. Uji Multikolinearitas	68
5.4.1.3. Uji Autokorelasi	69
5.4.2. Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran, dan Kualitas Jasa Terhadap Keputusan Pembelian	70
5.4.2.1. Uji F	70
5.4.2.2. Uji t	71
BAB VI KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	
6.1. Kesimpulan	76
6.2. Rekomendasi	77
6.3. Saran Pada Penelitian Berikutnya	78
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN	81
RIWAYAT HIDUP	104

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Operasionalisasi Variabel	42
Tabel 5.1. Karakteristik Responden	48
Tabel 5.2. Analisis Deskriptif Produk (<i>Product</i>)	50
Tabel 5.3. Analisis Deskriptif Harga (<i>Price</i>)	51
Tabel 5.4. Analisis Deskriptif Promosi (<i>Promotion</i>)	53
Tabel 5.5. Analisis Deskriptif Tempat (<i>Place</i>)	54
Tabel 5.6. Analisis Deskriptif Kualitas Jasa	55
Tabel 5.7. Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian	57
Tabel 5.8. Data Hasil Uji Reliabilitas	59
Tabel 5.9. Data Hasil Anti Image Correlation	60
Tabel 5.10. Data Hasil Keiser Meyer Olkin dan Bartlett's Test	62
Tabel 5.11. Hasil Uji Heteroskedastisitas	64
Tabel 5.12. Hasil Uji Multikolinearitas	68
Tabel 5.13. Hasil Uji Autokorelasi	69
Tabel 5.14. Hasil Uji F	70
Tabel 5.15. Hasil Uji t	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Struktur Organisasi	12
Gambar 3.1. Model Lima Tahap Pembelian	15
Gambar 3.2. Model Lima Tahap Proses Pembelian	18
Gambar 3.3. Empat Komponen P dalam Bauran Pemasaran	20
Gambar 3.4. Model Penelitian	36
Gambar 5.1. Scatterplot Pada Uji Heteroskedastisitas	67

DAFTAR SINGKATAN

SPSS	: Statical Product and Service Solution	60
KMO	: Keiser Meyer Olkin	62
VIF	: Varian Inflation Factor.....	68
DW	: Durbin Watson.....	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner	81
Lampiran 2 : Rekap Kuesioner	83
Lampiran 3 : Data Hasil SPSS	85
Lampiran 4 : Riwayat Hidup	104

