

DAFTAR ISI

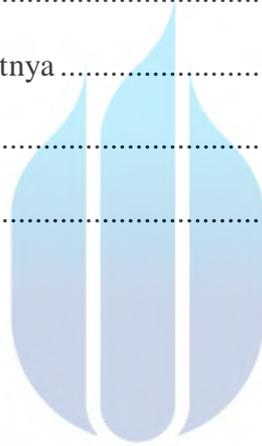
COVER	i
ABSTRACT	ii
ABSTRAK	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	10
1.3 Rumusan Masalah.....	11
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Manfaat Penelitian.....	12
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	12
1.5.2 Manfaat Praktis.....	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	14
2.1 Kajian Pustaka.....	14
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	14
2.1.2 Konsep Jasa	15
2.1.2.1 Manajemen Pemasaran Jasa	18
2.1.3 <i>Marketing Mix</i> (Bauran Pemasaran)	20

2.1.4 Tempat (<i>Place</i>)	22
2.1.5 Orang (<i>People</i>)	24
2.1.6 Promosi (<i>promotion</i>)	25
2.1.7 Bukti Fisik (<i>Physical Evidence</i>)	28
2.1.8 Pengambilan Keputusan	29
2.1.8.1 Perilaku Konsumen	29
2.1.8.2 Proses Pengambilan Keputusan	30
2.2 Penelitian Terdahulu	32
2.2.1 Keterkaitan Place dengan Pengambilan Keputusan	36
2.2.2 Keterkaitan People dengan Pengambilan Keputusan	36
2.2.3 Keterkaitan Promotion dengan Pengambilan Keputusan	37
2.2.4 Keterkaitan Physical Evidence dengan Pengambilan Keputusan	38
2.3. Rerangka Penelitian	39
2.4. Hipotesis	40
BAB III METODE PENELITIAN	41
3.1 Jenis/Desain Penelitian	41
3.2 Variabel Penelitian	41
3.2.1 Definisi Konsep	41
3.2.2.1 Variabel Independen	41
3.2.1.2 Variabel Dependen	43
3.2.1 Definisi Operasional	43
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	45
3.3.1 Populasi	45
3.3.2 Sampel	45
3.4 Jenis dan Sumber Data	47

3.4.1 Jenis Data	47
3.4.2 Sumber Data	48
3.5 Teknik Pengumpulan Data	48
3.6 Teknik Analisis Data	49
3.6.1 Analisis Deskriptif	49
3.7 Metode Analisis Data.....	49
3.8 Statistik Deskriptif	50
3.9 Uji Kualitas Data	51
1. Uji Validitas.....	51
2. Uji Reliabilitas	52
3.10 Uji Asumsi Klasik.....	52
1. Uji Normalitas	53
2. Uji Multikolinieritas.....	53
3. Uji Heteroskedastisitas	54
3.11 Uji Analisis Regresi Linier Berganda	54
3.12 Uji Hipotesis	55
1. Uji F (Uji Simultan)	55
2. Uji t (Uji Parsial).....	55
3. Uji R ² (Koefisien Determinasi)	56
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	59
4.1 Objek Penelitian	59
4.1.1 Sejarah Museum Bahari	60
4.1.2 Struktur Organisasi Museum Bahari.....	62
4.1.3 Koleksi	63
4.2 Karakteristik Responden	65

4.3 Statistik Deskriptif	67
4.8 Uji Kualitas Data	68
4.8.1 Uji Validitas.....	68
1 . Variabel Place.....	68
2. Variabel People	69
3. Variabel Promotion.....	69
4. Variabel Physical Evidence.....	70
5. Variabel Keputusan Berkunjung	71
4.8.2 Uji Realiabilitas	71
4.9 Uji Asumsi Klasik.....	72
4.9.1 Uji Normalitas	72
4.9.2 Uji Multikolinieritas.....	72
4.9.3 Uji Heteroskedastisitas	73
4.10 Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	74
a. Dependent Variabel: Keputusan Berkunjung	74
4.11 Uji R ² (Koefisien Determinasi).....	76
4.12 Uji Hipotesis.....	77
4.12.1 Uji t (Uji Parsial).....	77
1. Place (X1) berpengaruh Terhadap Keputusan Berkunjung (Y).....	77
2. People (X2) berpengaruh Terhadap Keputusan Berkunjung (Y).....	78
3. Promotion (X3) berpengaruh Terhadap Keputusan Berkunjung (Y)	78
4. Physical Evidence (X4) berpengaruh Terhadap Keputusan Berkunjung (Y)	79
4.12.2 Uji F	79
4.13 Analisis Korelasi Antar Dimensi	80
4.14 Pembahasan Hasil Penelitian.....	82

4.14.1 Pembahasan dari Matriks Korelasi antar Dimensi.....	82
4.14.2 Pengaruh Place terhadap Keputusan Berkunjung	83
4.14.3 Pengaruh People terhadap Keputusan Berkunjung	84
4.14.4 Pengaruh Promotion terhadap Keputusan Berkunjung	84
4.14.5 Pengaruh Physical Evidence terhadap Keputusan Berkunjung	85
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	87
5.1 Kesimpulan.....	87
5.2 Saran	88
5.2.1 Saran untuk Perusahaan	88
5.2.2 Saran untuk Peneliti Selanjutnya	89
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN	95



UNIVERSITAS
MERCU BUANA