

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK.....	iii
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	9
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian	9
1. Tujuan Penelitian.....	9
2. Kontribusi Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka	11
1. Manajemen Pemasaran	11
a. Pengertian Pemasaran	11
b. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	11
2. Kualitas Pelayanan	12
a. Dimensi Kualitas Pelayanan.....	13
3. Promosi.....	17
a. Pengertian Promosi.....	17
b. Tujuan Promosi	18
c. Dimensi Promosi	19

4. Keputusan Pembelian	21
a. Pengertian Keputusan Pembelian	21
b. Tahap-Tahap Proses Keputusan Pembelian	22
c. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	23
d. Dimensi Keputusan Pembelian	28
5. Penelitian Terdahulu.....	29
B. Rerangka Pemikiran	34
C. Hipotesis	35

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	37
B. Desain Penelitian.....	38
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	38
1. Definisi Variabel	38
2. Operasionalisasi Variabel	40
D. Populasi dan Sampel Penelitian	41
1. Populasi Penelitian	41
2. Sampel Penelitian	42
E. Teknik Pengumpulan Data	43
1. Pengukuran Variabel	44
F. Metode Analisis	45
1. Statistik Deskriptif.....	45
a. Deskripsi Karakteristik Responden	46
b. Deskripsi Jawaban Kuesioner	46
2. Uji Kualitas Data.....	46
a. Uji Validitas	46
b. Uji Reabilitas	47
3. Analisis Regresi Linier Berganda	48
a. Uji Asumsi Klasik	49
1) Uji Normalitas	49

2) Uji Multikolonieritas.....	50
3) Uji Heteroskedastisitas.....	51
b. Uji Hipotesis.....	53
1) Uji Koefisien Determinasi (R^2)	53
2) Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)	53
3) Uji Signifikansi Parsial (Uji Statistik t)	55

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	56
1. Tempat dan Waktu Penelitian	56
2. Karakteristik Profil Responden	57
a. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
b. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	58
c. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	60
d. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	62
e. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan	64
B. Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	66
C. Hasil Uji Kualitas Data.....	71
1. Hasil Uji Validitas	71
a. Validitas Variabel Kualitas Pelayanan	71
b. Validitas Variabel Promosi	72
c. Validitas Variabel Keputusan Pembelian	72
2. Hasil Uji Reliabilitas	73
D. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	74
1. Hasil Uji Normalitas.....	74
2. Hasil Uji Multikolinieritas	76
3. Hasil Uji Heteroskedastisitas	77
E. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	78
F. Hasil Uji Hipotesis	80
1. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	80
2. Uji Signifikansi Simultan (Uji statistik F)	81

3. Uji Signifikansi Parsial (Uji Statistik t).....	83
G. Pembahasan Hasil Penelitian	85
1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	85
2. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	86
 BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan.....	88
B. Saran.....	88
 DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN	93



UNIVERSITAS
MERCU BUANA