

DAFTAR ISI

ABSTRACT	I
ABSTRAK	II
PERNYATAAN SIMILARITY CHECK.....	III
LEMBAR PERNYATAAN	VI
LEMBAR PENGESAHAN	V
KATA PENGANTAR.....	VI
DAFTAR ISI.....	IX
DAFTAR TABEL	XII
DAFTAR GAMBAR.....	XIV
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 LATAR BELAKANG MASALAH	1
1.2 IDENTIFIKASI, PEMBATAAN DAN PERUMUSAN MASALAH PENELITIAN..	13
1.2.1 Identifikasi Masalah Penelitian.....	13
1.2.2 Pembatasan Masalah Penelitian.....	14
1.2.3 Perumusan Masalah	14
1.3 TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN.....	15
1.3.1 Tujuan Penelitian	15
1.3.2 Manfaat Penelitian	16
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	17
2.1 KAJIAN TEORI	17
2.1.1 Pengertian Pemasaran	17
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	18
2.1.3 Produk.....	21
2.1.4 Tempat (Place).....	34
2.1.5 Kualitas Pelayanan.....	35
2.1.6 Promosi	43
2.1.7 Keputusan Pembelian Produk.....	47
2.1.8 Pengaruh antara Variabel Pengaruh Kualitas Produk, Tempat, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Variabel Keputusan Pembelian Produk....	55
2.2 PENELITIAN TERDAHULU	69
2.3 KERANGKA PEMIKIRAN.....	82

2.3.1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	83
2.3.2	Pengaruh Tempat Terhadap Keputusan Pembelian	83
2.3.3	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian	84
2.3.4	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	84
2.4	HIPOTESIS.....	85
BAB 3 METODE PENELITIAN.....		84
3.1	JENIS PENELITIAN.....	84
3.2	DEFINISI OPERASIONAL DAN PENGUKURAN VARIABEL.....	85
3.2.1	Variabel Penelitian.....	85
3.2.2	Definisi Operasional	86
3.3	POPULASI DAN SAMPEL PENELITIAN	92
3.3.1	Populasi Penelitian.....	92
3.3.2	Sampel	93
3.4	JENIS DAN SUMBER DATA	95
3.5	METODE PENGUMPULAN DATA.....	96
3.6	METODE ANALISIS DATA	97
3.6.1	Pengujian Instrumen	98
3.6.2	Analisis Regresi Linier Berganda	100
3.6.3	Uji Asumsi Klasik.....	101
3.6.4	Uji Koefisien Determinasi R^2	103
3.6.5	Uji Korelasi Antar Dimensi	104
3.6.6	Uji Model.....	106
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		108
4.1	DESKRIPSI PERUSAHAAN	108
4.1.1	Sejarah Perusahaan	108
4.1.2	Lingkup dan Bidang Usaha.....	115
4.1.3	Sumber Daya Manusia di Bank Mandiri KC. Tangerang Gading Serpong	118
4.1.4	Tantangan Bisnis.....	118
4.1.5	Proses/ Kegiatan Fungsi Bisnis.....	119
4.2	HASIL PENELITIAN	121
4.2.1	Karakteristik Responden.....	121
4.2.2	Uji Coba Instrumen Penelitian.....	123
4.2.3	Analisis Deskripsi Variabel Penelitian	128
4.2.4	Gambaran Deskriptif.....	136
4.2.5	Uji Asumsi Klasik.....	144
4.2.6	Analisis Data.....	150
4.2.7	Pengujian Hipotesis	151
4.2.8	Matrik Korelasi Antar Dimensi	157

4.3	PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	159
4.3.1	Pembahasan Uji Hipotesis Parsial untuk Variabel Kualitas Produk	159
4.3.2	Pembahasan Uji Hipotesis Parsial untuk Variabel Tempat	159
4.3.3	Pembahasan Uji Hipotesis Parsial untuk Variabel Kualitas Layanan	159
4.3.4	Pembahasan Uji Hipotesis Parsial untuk Variabel Promosi	160
4.3.5	Pembahasan Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	160
4.3.6	Perbandingan Hasil Penelitian dengan Penelitian Terdahulu	161
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN		164
5.1	KESIMPULAN	164
5.2	SARAN	165
5.2.1	Secara Teoritis	166
5.2.2	Secara Operasional	167
DAFTAR PUSTAKA		169



UNIVERSITAS
MERCU BUANA