

DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	4
1.3. Rumusan Masalah	4
1.4. Batasan Masalah	5
1.5. Maksud dan tujuan penelitian.....	5
1.6. Manfaat dan Kegunaan Penelitian	6
1.7. Sistematika Penulisan	7

BAB II DESKRIPSI PERUSAHAAN

2.1. Sejarah Singkat Perusahaan	9
2.2. Lingkup Bidang Usaha	10
2.3. Sumber Daya Perusahaan	15
2.4. Tantangan Bisnis	17
2.5. Proses Bisnis	18

BAB III KAJIAN PUSTAKA

3.1. Teori Pasar	20
3.2. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	22
3.3. Teori Bisnis Retail	25
3.4. Teori Harga	30
3.5. Teori Pelayanan (<i>Service</i>)	35
3.6. Perilaku Konsumen	39
3.7. Kerangka Pemikiran (<i>Theoretical Framework</i>)	43
3.8. Hipotesis	47
3.9. Hasil Riset Terdahulu	47

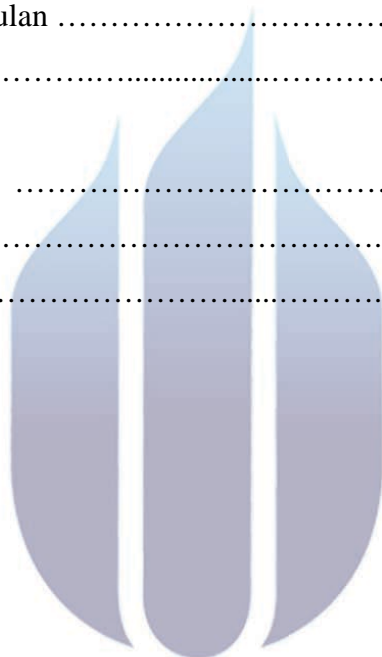
BAB IV METODE RISET

4.1. Objek Riset	49
4.2. Desain Penelitian	49
4.3. Populasi dan Sampel	50
4.4. Variabel dan Parameter	51
4.5. Instrumen Penelitian	53
4.6. Teknik Analisa Data	56

BAB V HASIL DAN ANALISIS

5.1. Hasil Uji Validitas	64
5.2. Hasil Uji Reliabilitas.....	68
5.3. Karakteristik Responden	71
5.4. Hasil Persepsi Responden Atas Penetapan Harga dan Pelayanan	76
5.5. Hasil Analisis Deskriptif Statistik	78
5.6. Hasil Analisis Korelasi Parsial Rank Spearman	80
5.7. Hasil Analisis Koefisien Korelasi Ganda (R) dan Determinasi (R Square)	83

5.8. Hasil Analisis Linier Regresi Sederhana (<i>Simple Linear Regression</i>)	84
5.9. Hasil Analisis Linier Regresi Berganda (<i>Multiple Linear Regression</i>)	90
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1. Kesimpulan	94
6.2. Saran	95
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN	98
RIWAYAT HIDUP	127



U N I V E R S I T A S
MERCU BUANA