

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.2. Latar Belakang Penelitian.....	3
1.3. Perumusan Masalah.....	10
1.4. Tujuan Penelitian.....	11
1.6. Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1. Teori dan Penelitian Terdahulu	14
2.1.1. Pemasaran.....	14
2.1.1.1. Pengertian Pemasaran	14
2.1.1.2. Konsep Pemasaran.....	14
2.1.1.3. Elemen Pokok Pemasaran.....	16
2.1.2. Perilaku Konsumen	17

2.1.2.1.	Pengertian Perilaku Konsumen.....	17
2.1.2.2.	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	17
2.1.3.	Kualitas Pelayanan (SERVQUAL)	19
2.1.3.1.	Pengertian Kualitas Pelayanan (SERVQUAL).....	19
2.1.3.2.	Model Kualitas Pelayanan	19
2.1.3.3.	Faktor-faktor Penentu Kualitas Jasa	20
2.1.4.	Promosi.....	22
2.1.4.1.	Pengertian Promosi.....	22
2.1.4.2.	Bauran Promosi.....	23
2.1.5.	Keputusan Pembelian	25
2.1.5.1.	Pengertian Keputusan Pembelian	25
2.1.5.2.	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	25
2.1.5.3.	Tahap-tahap Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	26
2.2.	Penelitian Terdahulu.....	27
2.3.	Hipotesis Penelitian	35
2.2.	Hipotesis Penelitian	36
BAB III METODE PENELITIAN		38
3.1.	Jenis Penelitian.....	38
3.2.	Variabel Operasional.....	39
3.3.	Tahapan Penelitian	54
3.4.	Populasi dan Sampel	55
3.4.1.	Populasi	55
3.4.2.	Sampel.....	55

3.5.	Pengumpulan Data dan Sumber Data	57
3.5.1.	Data Primer.....	57
3.5.2.	Data Sekunder	57
3.6.	Uji Validitas dan Reliabilitas	58
3.6.1.	Uji Validitas.....	58
3.6.2.	Uji Reliabilitas.....	60
3.7.	Teknik Analisis Data.....	62
3.7.1.	<i>Method of Successive Interval (MSI)</i>	62
3.7.2.	Uji Asumsi Klasik	63
3.7.4.	Pengujian Hipotesis	65
3.7.5.	Koefisien Determinasi	67
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		68
4.1	Karakteristik Responden	68
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	68
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	69
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	70
4.2.1	<i>Method of Succesive Interval (MSI)</i>	71
4.2.2	Uji Asumsi Klasik	72
4.2.2.1	Uji Normalitas.....	72
4.2.2.2	Uji Multikolinieritas.....	73
4.2.2.3	Uji Heteroskedastisitas	74
4.2.3	Analisis Linear Berganda	75

4.2.4	Pengujian Hipotesis	77
4.2.4.1	Uji t	77
4.2.4.2	Uji F	78
4.2.4.3	Koefisien Determinasi (R^2)	79
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian	79
4.3.1	Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan layanan/jasa.....	80
4.3.2	Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan layanan/jasa.....	81
4.3.3	Promosi dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan layanan/jasa.	82
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		84
5.2.1	Saran Praktisi.....	84
5.2.2	Saran Akademis.....	85
DAFTAR PUSTAKA		86
LAMPIRAN.....		93