

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN KEASLIAN	iii
ABSTRAK	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Landasan Teori.....	9
1. Kualitas pelayanan	12
2. Komunikasi Pemasaran	16

3. Keputusan Pembelian	24
B. Penelitian Terdahulu.....	29
C. Keterkaitan Antar Variabel.....	34
D. Kerangka Konseptual	36
E. Hipotesis Penelitian	37
BAB III METODE PENELITIAN	25
A. Jenis Penelitian.....	38
B. Populasi	38
C. Sampel dan Teknik Sampling.....	38
D. Klasifikasi Variabel Penelitian	40
E. Jenis Data dan Sumber Data	40
F. Prosedur Pengambilan Data.....	41
G. Definisi Operasional Variabel	42
H. Definisi Operasional Variabel	42
I. Skala Pengukuran Variabel	44
J. Uji Instrumen	45
1. Uji validitas	46
2. Uji Reliabilitas	48
K. Teknik Analisis Data	49
1. Analisis Deskriptif	49
2. Analisis Kuantitatif	49
3. Uji Hipotesis	50

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	54
A. Deskripsi Hasil Penelitian.....	54
1. Karakteristik Responden	55
2. Data dan Analisis Penelitian	58
B. Hasil Analisis Kuantitatif Penelitian dan Pembahasan.....	62
1. Analisis Regresi Linier Berganda	62
2. Konstanta	63
3. Uji koefisien determinasi	36
4. Uji Serentak (Uji F)	64
5. Uji parsial (Uji T)	66
C. Pembahasan	67
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	75
A. Kesimpulan	75
B. Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN	78

DAFTAR TABEL

	Hal
2.1 Penelitian Terdahulu	29
3.1 Uji Validitas Penelitian	46
3.2 Uji Reliabilitas Instrumen	48
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	56
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	56
4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	57
4.5 Persepsi Responden Variabel Kualitas Pelayanan	59
4.6 Persepsi Responden Variabel Komunikasi Pemasaran	60
4.7 Persepsi Responden Variabel Keputusan Pembelian	61
4.8 Uji Persamaan Regresi Linier Berganda	62
4.9 Uji koefisien Determinasi	64
4.10 Uji F	64
4.11 Uji T	66

DAFTAR GAMBAR

	Hal
2.1 Faktor – faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian oleh konsumenn	11
2.2 Kerangka Konseptual	36

DAFTAR LAMPIRAN

	Hal
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	78
Lampiran 2 Rekapitulasi Data 30 Responden	84
Lampiran 3 Uji Validitas dan Reliabilitas 30 Responden	88
Lampiran 4 Rekapitulasi Data 100 Responden	94
Lampiran 5 Frekuensi Tabel	106
Lampiran 6 Regresi Sederhana	108