DAFTAR ISI

ABSTRAK i
ABSTRACT ii
KATA PENGANTAR iii
DAFTAR ISI vi
DAFTAR TABEL x
DAFTAR GAMBAR xii
DAFTAR LAMPIRAN xiii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian 1
1.2 Identifikasi Masalah 10
1.3 Pembatasan Masalah 10
1.4 Rumusan Masalah 10
1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian 11
1.6 Sistematika Penulisan 11

BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Landasan Teori 13
2.1.1 Manajemen Pemasaran 13
2.1.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran 13
2.1.2 Bauran Pemasaran 14
2.1.3 Kualitas Pelayanan 16
2.1.3.1 Perspektif Kualitas 17
2.1.3.2 Faktor-faktor Penyebab Kualitas Jasa Yang Buruk ... 19
2.1.3.3 Strategi Meningkatkan Kualitas Jasa 18
2.1.3.4 Dimensi Kualitas Pelayanan 20
2.14 Lokasi 26
2.1.4.1 Pengertian Lokasi 26

2.1.4.2 Faktor-faktor yang Dipertimbangkan Dalam Memilih Lokasi 27
2.1.4.3 Karakteristik Lokasi 28
2.1.5 Perilaku Pembelian 29
2.1.5.1 Pengertian Perilaku Pembelian 29
2.1.5.2 Model Perilaku Pembelian 30
2.1.5.3 Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian 30
2.1.6 Keputusan Pembelian Konsumen 36
2.1.6.1 Tahap – Tahap Proses Keputusan Pembelian 37
2.1.6.2 Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian 41
2.2 Kajian Penelitian Terdahulu 42
2.3 Kerangka Pemikiran 45
2.3.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan dengan Keputusan Pembelian 46
2.3.2 Pengaruh Lokasi dengan Keputusan Pembelian 47
2.3.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Dengan Keputusan Pembelian 47
2.4 Hipotesis Penelitian 49

BAB III TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

3.1 Tujuan Penelitian 50
3.2 Manfaat Penelitian 50

BAB IV METODOLOGI PENELITIAN

4.1 Profil Objek Penelitian 52
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan 52
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan 53
4.1.3 Struktur Organisasi dan Uraian Tugasnya 54
4.2 Metode Penelitian 55
4.3 Operasonalisasi Variabel 56
4.4 Sumber Data 59
4.5 Teknik Pengumpulan Data 59
4.6 Populasi dan Teknik Penarikan Sampel 60

4.7 Pengujian Instrumen Penelitian 63
4.7.1 Uji Validitas 63
4.7.2 Uji Reliabilitas 64
4.8 Teknik Analisis Data 65
4.8.1 Uji Asumsi Klasik 65
4.8.2 Analisis Regresi Linear Berganda 66
4.8.3 Analisis Koefisien Korelasi 67
4.8.4 Analisis Koefisien Determinasi 68
4.8.5 Pengujian Hipotesis 68
4.8.5.1 Uji Simultan (Uji F) 68
4.8.5.2 Uji Parsial (Uji t) 70

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1 Analisis Deskriptif Hasil Penelitian 72
5.1.1 Penyebaran dan Pengembalian Kuesioner 72
5.1.2 Data Demografi Konsumen 72
5.1.3 Pengujian Data 76
5.1.3.1 Analisis Pengujian Validitas 76
5.1.3.2 Pengujian Reliabilitas 79
5.1.4 Analisis Deskriptif Tanggapan Responden 80
5.1.4.1 Persepsi Responden Mengenai Kualitas Pelayanan ... 81
5.1.4.2 Persepsi Responden Mengenai Variabel Lokasi 88
5.1.4.3 Persepsi Responden mengenai Keputusan Pembelian 91
5.1.5 Uji Asumsi Klasik 96
5.1.5.1 Uji Normalitas 97
5.1.5.2 Multikolinearitas 98
5.1.5.3 Uji Heteroskedastisitas 98
5.1.6 Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di PT Tirta Utama Abadi 100

5.1.7 Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di PT Tirta Utama Abadi 101
5.1.8 Pengaruh Kualitas pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di PT Tirta Utama Abadi 103
5.1.8.1 Analisis Regresi Berganda *(Linear Multiple Regression)*..... 103
5.1.8.2 Analisis Koefisien Korelasi Bersama-sama 104
5.1.8.3 Koefisien Determinasi..... 105
5.1.8.4 Pengujian Hipotesis Secara Bersama-sama (Uji F) ... 105
5.2 Pembahasan Hasil Penelitian..... 107
5.2.1Gambaran Kualitas pelayanan, Lokasi Dan Keputusan Pembelian pada PT Tirta Utama Abadi..... 106
5.2.2 Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT Tirta Utama Abadi 108
5.2.3 Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT Tirta Utama Abadi 109
5.2.4 Pengaruh Kualitas pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT Tirta Utama Abadi 110

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan 113
6.2 Saran 114

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN