

## DAFTAR ISI

Lembar Pengesahan.....	i
Surat Pernyataan.....	ii
Abstrak.....	iii
Abstract.....	iv
Kata Pengantar.....	v
Daftar Isi.....	vii
Daftar Tabel.....	xi
Daftar Grafik.....	xiii
Daftar Gambar.....	xiv

### **BAB I PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	9
1.3 Rumusan Masalah.....	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	10

### **BAB II LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN**

2.1 Landasan Teori.....	12
2.1.1 Pemasaran.....	12
2.1.2 Jasa.....	13
2.1.3 Pemasaran Jasa.....	15
2.1.4 Bauran Pemasaran Jasa.....	16
2.2 Produk.....	18
2.2.1 Kualitas Produk.....	19
2.3 Harga.....	22
2.3.1 Pengertian Harga.....	22
2.3.2 Tujuan Penetapan Harga.....	23
2.3.3 Metode Penetapan Harga.....	24

2.3.4	Kebijakan Harga.....	27
2.3.5	Potongan Harga .....	29
2.4	Lokasi (Place) .....	30
2.5	Promosi (Promotion) .....	32
2.5.1	Pengertian dan Tujuan Promosi.....	32
2.5.2	Bentuk – bentuk Promosi.....	33
2.5.3	Variable Promosi (Promotion Mix).....	34
2.6	People / SDM (location) .....	36
2.7	Process (proses).....	38
2.8	Physical Evidence ( sarana fisik ) .....	39
2.9	Konsep Penjualan.....	40
2.10	Keputusan Pembelian.....	41
2.10.1	Jenis-jenis tingkah laku keputusan pembelian .....	42
2.10.2	Proses keputusan membeli.....	44
2.10.3	Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian .....	47
2.11	Merek .....	49
2.11.1	Tujuan pemberian merek .....	50
2.11.2	<i>Brand Equity</i> .....	51
2.11.3	Brand Awareness .....	52
2.12	Sikap Konsumen .....	57
2.13	Niat Membeli .....	57
2.14	Perilaku Konsumen .....	59
2.15	Penelitian Terdahulu.....	68
2.16	Kerangka Pemikiran.....	71

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1	Objek Penelitian.....	78
3.2	Operasional Variabel.....	78
3.3	Metode Penelitian.....	84
3.3.1	Jenis dan Sumber Data.....	87
3.3.2	Teknik Pengumpulan Data.....	88

3.4	Populasi dan Sampel.....	89
3.5	Pengujian Instrumen Penelitian.....	91
	3.5.1 Uji Validitas.....	91
	3.5.2 Uji Reliabilitas.....	91
3.6	Teknik Analisis Data.....	92
	3.6.1 Analisis Faktor.....	92

#### **BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1	Hasil Penelitian.....	95
	4.1.1 Penyebaran dan Pengembalian Kuesioner.....	95
	4.1.2 Data Demografi Konsumen.....	96
4.2	Pengujian Data.....	99
	4.2.1 Analisis Pengujian Validitas.....	99
	4.2.2 Pengujian Reliabilitas.....	102
4.3	Analisis Deskriptif Tanggapan Responden .....	104
	4.3.1 Analisis Tanggapan Responden Mengenai Bauran Pemasaran Jasa PT Bank Nusantara Parahyangan Tbk Cabang Utama Sudirman Bandung.....	104
	4.3.2 Analisis Tanggapan Responden Mengenai <i>Brand Awareness</i> PT Bank Nusantara Parahyangan Tbk Cabang Utama Sudirman Bandung.....	124
	4.3.2 Analisis Tanggapan Responden Mengenai Perilaku Konsumen PT Bank Nusantara Parahyangan Tbk Cabang Utama Sudirman Bandung.....	128
4.4	Analisis Faktor.....	134
	4.4.1 Analisis SWOT .....	
4.5	Implikasi Manajerial .....	138

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan.....149  
5.2 Saran.....150

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

