

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	i
SURAT PERNYATAAN	ii
ABSTRACT	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	I-1
1.2 Identifikasi Masalah.....	I-10
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	I-11
1.4 Kegunaan Penelitian.....	I-11
BAB II LANDASAN TEORI DAN KERANGKA	
PEMIKIRAN	
2.1 Landasan Teori.....	II-12
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	II-12
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	II-13
2.1.3 Model Perilaku Konsumen.....	II-15
2.1.4 Pengertian Jasa.....	II-17
2.1.5 Karakteristik Jasa.....	II-18
2.1.6 Klasifikasi Jasa.....	II-19

2.1.7	Jasa Pendidikan.....	II-21
2.1.8	Manajemen Jasa Pendidikan.....	II-22
2.1.9	Pemasaran Jasa Pendidikan.....	II-25
2.1.10	<i>Marketing Stimuly</i>	II-28
2.1.11	<i>Other Stimuly</i>	II-30
2.1.12	<i>Academic Entitlement</i>	II-34
2.1.13	<i>Reference Group</i>	II-37
2.1.14	<i>Personal Attitude</i>	II-37
2.1.15	Respon.....	II-38
2.1.16	Niat Memilih.....	II-40
2.1.17	Proses Pengambilan Keputusan.....	II-40
2.2	Rerangka Pemikiran.....	II-44

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Objek Penelitian.....	III-48
3.2	Desain Penelitian.....	III-48
3.3	Definisi Operasional Variabel.....	III-49
3.3	Populasi dan Sampel.....	III-56
3.4	Jenis dan Sumber Data Penelitian.....	III-57
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	III-57
3.7	Teknik Pengolahan Sampel.....	III-58
3.8	Uji Instrumen.....	III-59
3.9	Uji Asumsi Klasik.....	III-62
3.10	Metode Analisis Data.....	III-63
3.11	Pengujian Hipotesis.....	III-65

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Responden.....	IV-67
4.2 Pembahasan Penelitian.....	IV-73
4.3 Pengaruh <i>Academic Entitlement, Reference Group,</i> dan <i>Personal Attitude</i> Terhadap Niat.....	IV-87
4.4 Implikasi Hasil Penelitian.....	IV-101

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan.....	V-106
5.2 Saran.....	V-107

DAFTAR PUSTAKA	108
-----------------------------	-----

LAMPIRAN	111
-----------------------	-----