DAFTAR ISI

ABSTRAK ........................................................................................................... i
ABSTRACT ........................................................................................................ ii
KATA PENGANTAR ........................................................................................... iii
UCAPAN TERIMA KASIH ................................................................................... iv
DAFTAR ISI ....................................................................................................... vii
DAFTAR TABEL ................................................................................................. xi
DAFTAR GAMBAR ........................................................................................... xiii
DAFTAR LAMPIRAN .......................................................................................... xiv

BAB I PENDAHULUAN
1.1 Latar Belakang Penelitian ............................................................................ 1
1.2 Identifikasi Masalah ..................................................................................... 11
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian .................................................................. 11
1.4 Manfaat Penelitian .................................................................................... 12
1.5 Sistematika Penulisan ................................................................................ 12
1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian ...................................................................... 13
   1.6.1 Lokasi Penelitian ................................................................................ 13
   1.6.2 Waktu Penelitian .............................................................................. 13

BAB II TINJAUAN PUSTAKA
2.1 Manajemen Pemasaran .............................................................................. 14
   2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran .................................................... 14
   2.1.2 Bauran Pemasaran .......................................................................... 15
2.2 Kualitas Pelayanan .................................................................................... 16
   2.2.1 Perspektif Kualitas Pelayanan ............................................................. 18
   2.2.2 Faktor-faktor yang Menentukan Penilaian Kualitas Pelayanan ......... 19
   2.2.3 Model Kualitas Jasa ...................................................................... 21
   2.2.4 Faktor-faktor Penyebab Kualitas Jasa Yang Buruk ......................... 22
   2.2.5 Strategi Meningkatkan Kualitas Jasa ............................................... 24
2.3 Pengertian Harga

2.3.1 Penetapan Harga

2.3.2 Tujuan Penetapan Harga

2.3.3 Faktor-faktor yang harus diperhatikan dalam menetapkan harga

2.3.4 Metode Penetapan Harga

2.3.5 Indikator Penetapan Harga

2.4 Keputusan Pembelian Konsumen

2.4.1 Tahap – Tahap Proses Keputusan Pembelian

2.5 Penelitian Terdahulu

2.6 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis

2.6.1 Kerangka Pemikiran

2.6.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Proses Keputusan Pembelian

2.6.3 Pengaruh Penetapan Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian

2.6.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penetapan Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian

2.6.5 Hipotesis

BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

3.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

3.1.2 Visi dan Misi

3.1.3 Struktur Organisasi

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Metode yang digunakan

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

3.2.5 Populasi dan Teknik Penarikan Sampel
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Penyebaran dan Pengembalian Kuesioner

4.1.2 Data Demografi Konsumen

4.1.3 Pengujian Data

4.1.3.1 Analisis Pengujian Validitas

4.1.3.2 Pengujian Reliabilitas

4.1.4 Analisis Deskriptif Tanggapan Responden

4.1.4.1 Persepsi Responden Mengenai Kualitas Pelayanan

4.1.4.2 Persepsi Responden Mengenai Variabel Penetapan Harga

4.1.4.3 Persepsi Responden Mengenai Proses Keputusan Pembelian

4.1.5 Uji Asumsi Klasik

4.1.5.1 Uji Normalitas

4.1.5.2 Multikolinearitas

4.1.5.3 Uji Heteroskedastisitas

4.1.6 Analisis Data
4.1.6.1 Analisis Regresi Berganda (*Linear Multiple Regression*) ................................................. 108
4.1.6.2 Analisis Koefisien Korelasi Berganda ................................................................. 109
4.1.6.3 Koefisien Determinasi ............................................................... 109
4.1.6.4 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F) ........... 110

4.1.7 Pengaruh Kualitas pelayanan dan Penetapan Harga Terhadap
Proses Keputusan Pembelian di SOSI Sport Club Bandung
Secara Parsial .......................................................................................... 111

4.1.7.1 Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Proses
Keputusan Pembelian di SOSI Sport Club Bandung .......................... 111
4.1.7.2 Pengaruh Penetapan Harga Terhadap Proses
Keputusan Pembelian di SOSI Sport Club Bandung .......................... 113

4.2 Pembahasan .......................................................................................................... 115

4.2.1 Kualitas pelayanan Pada SOSI Sport Club Bandung ............. 115
4.2.2 Penetapan Harga Pada SOSI Sport Club Bandung .............. 115
4.2.3 Proses Keputusan Pembelian Pada SOSI Sport Club Bandung 116
4.2.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Penetapan Harga Terhadap
Proses Keputusan Pembelian Konsumen Pada SOSI Sport
Club Bandung secara Simultan dan Parsial ........................................ 116

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan ............................................................................................................ 119
5.2 Saran ....................................................................................................................... 120

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**