

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	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.....	26
2.3.1	Penetapan Harga	27
2.3.2	Tujuan Penetapan Harga	27
2.3.3	Faktor-faktor yang harus diperhatikan dalam menetapkan harga.....	28
2.3.4	Metode Penetapan Harga	30
2.3.5	Indikator Penetapan Harga.....	34
2.4	Keputusan Pembelian Konsumen	35
2.4.1	Tahap – Tahap Proses Keputusan Pembelian	37
2.5	Penelitian Terdahulu	41
2.6	Kerangka Pemikiran dan Hipotesis.....	44
2.6.1	Kerangka Pemikiran.....	44
2.6.2	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Proses Keputusan Pembelian.....	47
2.6.3	Pengaruh Penetapan Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian.....	47
2.6.4	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penetapan Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian	47
2.6.5	Hipotesis	49

BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Objek Penelitian	50
3.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan	50
3.1.2	Visi dan Misi	51
3.1.3	Struktur Organisasi	56
3.2	Metode Penelitian.....	58
3.2.1	Metode yang digunakan	58
3.2.2	Operasionalisasi Variabel.....	59
3.2.3	Jenis dan Sumber Data	61
3.2.4	Teknik Pengumpulan Data	62
3.2.5	Populasi dan Teknik Penarikan Sampel	62

3.2.6 Pengujian Instrumen Penelitian.....	65
3.2.6.1 Pengujian Validitas	65
3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas	67
3.2.7 Teknik Analisis Data.....	68
3.2.7.1 Uji Asumsi Klasik	68
3.2.7.2 <i>Method Successive Of Interval (MSI)</i>	69
3.2.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	71
3.2.7.4 Analisis Koefisien Korelasi.....	71
3.2.7.5 Koefisien Determinasi (R^2)	72
3.2.8 Teknik Pengujian Hipotesis	73
3.2.8.1 Uji Simultan (Uji F).....	73
3.2.8.2 Uji Parsial (Uji t)	75

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian.....	77
4.1.1 Penyebaran dan Pengembalian Kuesioner	77
4.1.2 Data Demografi Konsumen.....	77
4.1.3 Pengujian Data	81
4.1.3.1 Analisis Pengujian Validitas	81
4.1.3.2 Pengujian Reliabilitas	84
4.1.4 Analisis Deskriptif Tanggapan Responden	86
4.1.4.1 Persepsi Responden Mengenai Kualitas Pelayanan ..	87
4.1.4.2 Persepsi Responden Mengenai Variabel Penetapan Harga	92
4.1.4.3 Persepsi Responden Mengenai Proses Keputusan Pembelian	99
4.1.5 Uji Asumsi Klasik	104
4.1.5.1 Uji Normalitas	105
4.1.5.2 Multikolinearitas	106
4.1.5.3 Uji Heteroskedastisitas	107
4.1.6 Analisis Data	108

4.1.6.1 Analisis Regresi Berganda (<i>Linear Multiple Regression</i>)	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