

DAFTAR ISI

Halaman Persetujuan.....	i
Halaman Pernyataan Otoritas.....	ii
Halaman Persembahan.....	iii
Kata Pengantar.....	iv
Abstrak.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1 Aspek Teoritis.....	5
1.4.2 Aspek Praktis.....	5
1.5 Tahapan Penelitian.....	6
1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	7
1.6.1 Lokasi Penelitian.....	7
1.6.2 Waktu Penelitian.....	7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Tinjauan Teori.....	17
2.2.1 Pemasaran.....	17
2.2.2 Konsep Pemasaran.....	18
2.2.3 Bauran Pemasaran.....	18
2.2.4 Pengertian Jasa.....	20

2.2.5 Pemasaran Jasa.....	22
2.2.6 Bauran Pemasaran Jasa.....	23
2.3 Kerangka Pemikiran.....	30
BAB II METODE PENELITIAN	
3.1 Paradigma Penelitian.....	32
3.2 Metode Penelitian.....	31
3.3 Subjek dan Objek Penelitian.....	33
3.3.1 Subjek Penelitian.....	33
3.3.2 Objek Penelitian.....	33
3.4 Definisi Konsep.....	34
3.5 Unit Analisis.....	34
3.6 Sample dan Informan.....	35
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.8 Teknik Analisis Data.....	37
3.9 Teknik Keabsahan Data.....	39
3.9.1 Ragam Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	40
BAB IV HASIL PENULISAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Karakteristik Sumber.....	44
4.1.1 Profil Responden.....	45
4.2 Hasil Penelitian.....	46
4.2.1 Produk.....	46
4.2.2 Harga.....	51
4.2.3 Promosi.....	54
4.2.4 Proses.....	61
4.2.5 Tempat.....	63

4.2.6 Partisipan.....	65
4.2.7 Bukti Fisik.....	68
4.3 Pembahasan.....	71
4.3.1 Produk.....	71
4.3.2 Harga.....	72
4.3.3 Promosi.....	73
4.3.4 Proses.....	74
4.3.5 Tempat.....	74
4.3.6 Partisipan.....	75
4.3.7 Bukti Fisik.....	75
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan.....	77
5.2 Saran.....	78
Daftar Pustaka.....	79
Lampiran.....	83