

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	1
1.1.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	1
1.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan .....	2
1.1.3 Logo Perusahaan .....	3
1.2 Latar Belakang Penelitian .....	4
1.3 Rumusan Masalah .....	12
1.4 Tujuan Penelitian .....	12
1.5 Kegunaan Penelitian .....	13
1.5.1 Kegunaan Teoritis .....	13
1.5.2 Aspek Praktis .....	13
1.6 Waktu dan Periode Penelitian .....	13
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN .....</b>	<b>14</b>
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian .....	14
2.1.1 Konsep Pemasaran .....	14
2.1.2 Pengertian Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ) .....	14
2.1.3 Pengertian Pemasaran Jasa .....	17
2.1.4 Pengertian Jasa .....	17

2.1.5	Pengertian Bukti Fisik ( <i>Physical Evidence</i> ) .....	20
2.1.6	Pengertian <i>Servicescape</i> .....	22
2.1.7	Pengertian Promosi .....	24
2.1.8	Pengertian Bauran Promosi .....	25
2.1.9	Perilaku Konsumen .....	26
2.1.10	Minat Beli Ulang .....	27
2.1.11	Pengaruh <i>Servicescape</i> Terhadap Minat Beli Ulang .....	27
2.1.12	Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli Ulang .....	28
2.1.13	Penelitian Terdahulu .....	29
2.2	Kerangka Pemikiran .....	44
2.3	Hipotesis Penelitian .....	47
2.4	Ruang Lingkup Penelitian .....	47
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>50</b>
3.1	Jenis Penelitian .....	50
3.2	Variabel Operasional dan Skala Pengukuran .....	50
3.2.1	Variabel Operasional .....	50
3.2.2	Operasionalisasi Variabel .....	51
3.2.3	Skala Pengukuran .....	54
3.3	Tahapan Penelitian .....	55
3.4	Populasi dan Sampel .....	56
3.4.1	Populasi .....	56
3.4.2	Sampel .....	56
3.5	Pengumpulan Data .....	57
3.6	Teknik Pengujian Data .....	58
3.6.1	Uji Validitas .....	58
3.6.2	Uji Reliabilitas .....	59
3.7	Teknik Analisis Data .....	60
3.7.1	Analisis Deskriptif .....	60
3.7.2	<i>Method of Succesive Interval</i> (MSI) .....	62
		10

3.7.3 Uji Asumsi Klasik .....	63
3.7.4 Analisis Regresi Berganda .....	64
3.7.4 Pengujian Hipotesis .....	64
3.7.5 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	67
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>68</b>
4.1 Hasil Pengujian Data .....	68
4.1.1 Uji Validitas .....	69
4.1.2 Uji Reliabilitas .....	71
4.2 Karakteristik Responden .....	71
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	71
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	72
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan .....	73
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	73
4.3 Hasil Penelitian .....	74
4.3.1 Analisis Deskriptif .....	74
4.4 Transformasi Data Ordinal Menjadi Interval .....	90
4.4.1 Uji Asumsi Klasik .....	90
4.4.2 Analisis Regresi Linear Berganda .....	94
4.4.3 Uji Hipotesis .....	96
4.4.4 Koefisien Determinasi .....	101
4.5 Analisis Hasil Penelitian dan Pembahasan .....	101
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>102</b>
5.1 Kesimpulan .....	103
5.2 Saran .....	103
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan .....	103
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya .....	105
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>106</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>110</b>