

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK.....	v
DAFTAR ISI	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang Masalah	2
1.3 Rumusan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Kegunaan penelitian	10
1.6 Waktu dan periode penelitian	10
1.7 Waktu dan Periode Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Rangkuman Teori	12
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	12
2.1.3 Pemasaran Jasa Pendidikan	12
2.1.4 Pengertian Bauran Pemasaran	15
2.1.6 Definisi Nilai Pelanggan.....	21
2.2 Penelitian Terdahulu.....	24
2.3 Kerangka Pemikiran	27
2.4 Hipotesis Penelitian	30
2.5 Ruang Lingkup Penelitian	30
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
3.1 Jenis Penelitian	31
3.2 Variabel Operasional dan Skala Pengukuran	32
3.2.1 Operasionalisasi Variabel	32
3.2.2 Skala Pengukuran	34
3.3 Tahapan Penelitian.....	34
3.4 Populasi dan Sampel.....	35
3.4.1 Populasi	35
3.4.2 Sampel	35

3.5 Pengumpulan Data.....	36
3.5.1 Jenis Data.....	36
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data	37
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	37
3.6.1 Uji Validitas.....	37
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	39
3.7 Teknik Analisis Data	39
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	39
3.7.2 Method of Succesive Interval (MSI)	41
3.7.3 Uji Asumsi Klasik	42
3.7.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	43
3.7.5 Pengujian Hipotesis	44
3.7.6 Koefisien Determinasi	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Pengumpulan Data.....	46
4.3 Hasil Penelitian.....	47
4.3.1 Analisis Deskriptif.....	47
4.3.2 Method Succesive Interval (MSI).....	61
4.3.3 Uji Asumsi Klasik	61
4.3.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	65
4.3.5 Koefisien Determinasi	67
4.3.6 Pengujian Hipotesis	69
4.4 Hasil penelitian dan pembahasan	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	79
5.1 Kesimpulan	79
5.2 Saran	80
5.2.1 Saran Bagi Program Studi Administrasi Bisnis	80
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	80