

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN MOTO	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Gambaran umum objek penelitian.....	1
1.1.1. Visi Misi Perusahaan	1
1.1.2. Jenis Produk dan Layanan.....	2
1.2 Latar belakang	2
1.3 Identifikasi masalah	10
1.4 Tujuan penelitian	11
1.5 Kegunaan penelitian	11
1.6 Sistematika penulisan	12
1.7 Objek penelitian	12
1.8 Waktu dan periode penelitian	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Tinjauan Pustaka	14
2.1.1 Pemasaran	14
2.1.2 Manajemen Pemasaran	14
2.1.3 Teori Jasa	15
2.1.4 Pemasaran Jasa	15
2.1.5 Merek	15
2.1.6 <i>Brand Image</i>	16
2.1.7 <i>E-service Quality</i>	16
2.1.8 Proses Keputusan Pembelian	17
2.2 Penelitian terdahulu	18

2.3	Kerangka pemikiran	22
2.3.1	Hubungan antar variabel	24
2.4	Hipotesis penelitian	26
2.5	Ruang lingkup penelitian	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		27
3.1	Jenis penelitian	27
3.2	Operasional variabel dan skala pengukuran	27
3.2.1	Operasional variabel	27
3.2.2	Skala pengukuran	30
3.3	Tahapan Penelitian	31
3.4	Populasi,sampel dan metode pengambilan sampel	32
3.4.1	Populasi	32
3.4.2	Sampel	32
3.4.3	Teknik sampling	34
3.5	Teknik pengumpulan data	34
3.6	Uji validitas dan reliabilitas	34
3.6.1	Uji validitas	34
3.6.2	Uji Reliabilitas	38
3.7	Teknik analisa data	39
3.7.1	Analisa Deskriptif	39
3.7.2	MSI	41
3.7.3	Uji asumsi klasik	41
3.7.4	Regresi linear berganda	44
3.7.5	Uji Hipotesis	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		46
4.1	Pengumpulan Hasil Data	46
4.2	Analisis Karakteristik Responden.....	46
4.3	Hasil Penelitian	50
4.4	Uji Validitas dan Reliabiliitas	61
4.3.1	Uji Vaiditas	61
4.3.2	Uji Reliabilitas	62
4.4.	Uji Asumsi Klasik.....	64
4.5	Regresi Linear Berganda	68

4.6 Uji F	69
4.7 Uji t	71
4.8 Koefisien Determinasi	71
4.9 Sub Bab Pembahasan	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	76
5.1 Kesimpulan	76
5.2 Saran	76
Daftar Pustaka	
Lampiran	