

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Skyways Coffee & Creative Space.....	1
1.1.2 Logo Skyways Coffee & Creative Space	2
1.1.3 Visi dan Misi Perusahaan	3
1.1.3.1 Visi.....	3
1.1.3.2 Misi	3
1.1.4 Struktur Organisasi.....	4
1.1.5 Menu Skyways Coffee & Creative Space	4
1.2 Latar Belakang Penelitian	6
1.3 Rumusan Masalah	19
1.4 Tujuan Penelitian	20
1.5 Kegunaan Penelitian.....	20
1.5.1 Aspek Teoritis	20
1.5.2 Aspek Praktis.....	21
1.6 Waktu dan Periode Penelitian	21
1.7 Sitematika Penulisan Tugas Akhir	21
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	23
2.1 Kajian Pustaka	23
2.1.1 Pemasaran.....	23
2.1.2 Pengertian Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	24
2.1.3 Indikator Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	24
2.1.4 Pengertian Kualitas Pelayanan	29

2.1.5 Dimensi Kualitas Pelayanan	30
2.1.6 Pengertian Keputusan Pembelian	30
2.1.7 Tahapan Keputusan Pembelian Konsumen	32
2.1.8 Dimensi Keputusan Pembelian Konsumen.....	32
2.2 Hubungan Antar Variabel	33
2.2.1 Hubungan Bauran Pemasaran Dengan Keputusan Pembelian Konsumen	33
2.2.2 Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Keputusan Pembelian.....	33
2.3 Penelitian Terdahulu	34
2.4 Kerangka Pemikiran	48
2.5 Hipotesis Penelitian	51
2.6 Ruang Lingkup Penelitian	51
BAB III METODE PENELITIAN	53
3.1 Jenis Penelitian	53
3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	53
3.2.1 Observasi	54
3.2.2 Kuesioner.....	54
3.3 Populasi dan Sampel	54
3.3.1 Populasi	54
3.3.2 Sampel.....	54
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	56
3.4.1 Data Primer.....	56
3.4.2 Data Sekunder	56
3.5 Operasionalisasi variabel dan Skala Pengukuran.....	57
3.5.1 Operasionalisasi Variabel.....	57
3.5.2 Skala Pengukuran.....	64
3.6 Teknik Analisis Data.....	65
3.6.1 Analisis Deskriptif.....	65
3.6.2 Uji Instrumen Penelitian.....	67
3.6.3 Uji Asumsi Klasik	72
3.6.4 Analisis Regresi Linear Berganda	74
3.6.5 Uji Hipotesis.....	74
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	78
4.1 Pengumpulan Data.....	78
4.2 Karakteristik Responden.....	78

4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	79
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	79
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Profesi.....	80
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Wilayah.....	81
4.3 Hasil Penelitian	82
4.3.1 Analisis Deskriptif.....	82
4.3.2 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Bauran Pemasaran (X_1).....	82
4.3.3 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kualitas Pelayanan (X_2).....	105
4.3.4 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Keputusan Pembelian Konsumen (Y) 113	
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	125
4.4.1 Uji Normalitas	125
4.4.2 Uji Multikolinearitas	128
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	128
4.5 Analisis Regresi Linear Berganda.....	130
4.6 Analisis Hipotesis	131
4.6.1 Uji t (Parsial)	131
4.6.2 Uji f (Simultan)	132
4.7 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	132
4.8 Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	133
4.9 Pembahasan Hasil Uji Hipotesis	139
BAB V PENUTUP.....	146
5.1 Kesimpulan	146
5.2 Saran 147	
5.2.1 Saran Teoritis	147
5.2.2 Saran Praktis.....	149
DAFTAR PUSTAKA.....	150
LAMPIRAN.....	154