

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Halaman Persetujuan	iii
Halaman Pengesahan	iv
Halaman Motto.....	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar isi.....	ix
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar.....	xiii
Daftar Lampiran	xiv
Abstrak	xv

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	10
C. Rumusan Masalah	11
D. Tujuan Penelitian	11
E. Kegunaan Penelitian	12
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian.....	13
G. Penegasan Istilah	14
H. Sistematika Penulisan	15

BAB II : LANDASAN TEORI

A. Pengertian Jasa	18
B. Harga.....	23
C. Fasilitas	28
D. <i>Word of mouth</i>	31
E. Keputusan Pembelian	35
F. Penelitian Terdahulu	44

G. Kerangka Konseptual.....	49
H. Hipotesis	51
BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	53
1. Pendekatan Penelitian.....	53
2. Jenis Penelitian	54
B. Populasi, Sampling dan Sampel	54
1. Populasi	54
2. Sampling.....	55
3. Sampel	57
C. Sumber Data Variabel dan Skala pengukuran	57
1. Sumber Data	58
2. Variabel Penelitian.....	58
3. Skala pengukuran.....	59
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian	60
E. Teknik Analisis Data	64
BAB IV : HASIL PENELITIAN	
A. Deskripsi Data	72
1. Gambaran Objek Penelitian.....	72
2. Profil Responden	78
3. Karakteristik Responden	78
4. Deskripsi Variabel	84
B. Hipotesis Pengujian	93
1. Uji Validitas	93
2. Uji Reliabilitas	95
3. Uji Asumsi Klasik	96
4. Uji Analisis Regresi Linier Berganda	100
5. Uji Hipotesis	101
6. Analisis Koefisien Determinasi	105

BAB V : PEMBAHASAN

A. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Konsumen	107
B. Pengaruh Fasilitas terhadap Keputusan Konsumen.....	109
C. Pengaruh <i>Word of mouth</i> terhadap Keputusan Konsumen	110
D. Pengaruh Harga, Fasilitas dan <i>Word of mouth</i> terhadap Keputusan Konsumen.....	112

BAB VI : PENUTUP

A. Kesimpulan	115
B. Saran-saran	116

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN