

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar.....	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Halaman Persetujuan Pembimbing	iii
Halaman Pengesahan Penguji	iv
Pernyataan Keaslian Tulisan	v
Halaman Motto.....	vi
Halaman Persembahan	vii
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi.....	x
Daftar Tabel	xvi
Daftar Gambar.....	xviii
Daftar Lampiran	xix
Abstrak	xx

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	15
1. Definisi Konseptual	15
2. Definisi Operasional	17

H. Sistematika Penulisan	17
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Manajemen Bisnis	20
B. Harga	21
1. Pengertian Harga	21
2. Penetapan Harga	24
3. Kewajaran Harga	26
4. Indikator Harga	27
C. Promosi.....	28
1. Pengertian Promosi.....	28
2. Fungsi dan Tujuan Promosi.....	29
3. Bauran Promosi	30
4. Indikator Promosi	32
D. Lokasi	32
1. Pengertian Lokasi.....	32
2. Faktor-Faktor dalam Pemilihan Lokasi.....	33
3. Langkah-Langkah dalam menentukan Lokasi Usaha.....	34
4. Indikator Lokasi	35
E. Kualitas Pelayanan	35
1. Pengertian Kualitas Pelayanan	35
2. Dimensi Kualitas Pelayanan	36
3. Karakteristik Pelayanan Jasa	38
4. Strategi meningkatkan kualitas pelayanan.....	38

5. Indikator Kualitas Pelayanan	41
F. Keputusan Pembelian	41
1. Pengertian Keputusan Pembelian	41
2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	42
3. Langkah-Langkah dalam Pengambilan Keputusan	42
4. Indikator Keputusan Pembelian.....	43
G. <i>Wedding Organizer</i>	44
H. Hubungan Harga dengan Keputusan Pembelian	44
I. Hubungan Promosi dengan Keputusan Pembelian.....	45
J. Hubungan Lokasi dengan Keputusan Pembelian	46
K. Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Keputusan Pembelian	46
L. Penelitian Terdahulu	47
M. Kerangka Konseptual.....	55
N. Mapping Teori dan Indikator	57
O. Hipotesis Penelitian	58

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	61
B. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian	61
C. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukurannya	63
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian	66

E. Teknik Analisis Data	68
1. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	69
a. Uji Validitas	69
b. Uji Reliabilitas.....	70
2. Uji Asumsi Klasik	71
a. Uji Normalitas Data	71
b. Uji Multikolinearitas	71
c. Uji Heteroskedastisitas.....	72
d. Uji Autokorelasi	73
3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	74
4. Uji Hipotesis	75
a. Uji T (T-test)	75
b. Uji F (F-test).....	76
5. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	77
F. Deskripsi Variabel Kuesioner penelitian pada Wedding Organizer Anggresia Griya Paes	77

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Objek Penelitian	80
1. Sejarah <i>Wedding Organizer Anggresia Griya Paes</i> ...	80
2. Visi dan Misi <i>Wedding Organizer Anggresia Griya Paes</i>	81
B. Deskripsi Karakteristik Responden	81
C. Deskripsi Data Variabel.....	83

D. Hasil Analisis Data	94
1. Uji Validitas dan Reliabilitas	94
a. Uji validitas	94
b. Uji Reabilitas	97
2. Uji Asumsi Klasik.....	99
a. Uji Normalitas Data	99
b. Uji Multikolinearitas.....	100
c. Uji Heteroskedastisitas.....	101
d. Uji Autokorelasi.....	102
3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	103
4. Uji Hipotesis.....	105
a. Uji T (T-test)	105
b. Uji F (F-test)	109
5. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	111

BAB V PEMBAHASAN

A. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Jasa <i>Wedding Organizer</i> “ Anggresia Griya Paes” Blitar.....	113
B. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Jasa <i>Wedding Organizer</i> “ Anggresia Griya Paes” Blitar.....	116
C. Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Jasa <i>Wedding Organizer</i> “	

Anggresia Griya Paes” Blitar.....	120
D. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Jasa <i>Wedding</i> <i>Organizer</i> “Anggresia Griya Paes” Blitar	123
E. Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Jasa <i>Wedding Organizer</i> “Anggresia Griya Paes” Blitar	127

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan	131
B. Saran	132

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN