

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Dalam	i
Halaman Persetujuan Pembimbing	ii
Halaman Pengesahan Penguji	iii
Pernyataan Keaslian	iv
Halaman Motto	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar	xiii
Daftar Lampiran	xiv
Abstrak	xv
<i>Abstract</i>	xvi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Identifikasi Masalah	10
C. Rumusan Masalah	11
D. Tujuan Penelitian	12
E. Kegunaan Penelitian	13
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian	14
G. Penegasan Istilah	15
H. Sistematika Penulisan	16

BAB II LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori	
-------------------	--

1. Perilaku Konsumen	18
2. Jasa	23
3. Harga	31
4. Fasilitas	36
5. Lokasi	39
6. <i>Word of Mouth</i>	41
7. Status Sosial	45
8. Keputusan Pembelian Konsumen	51
B. Penelitian Terdahulu yang Relevan	59
C. Kerangka Konseptual Penelitian	67
D. Hipotesis Penelitian	69

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	74
B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian	75
C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran	78
D. Teknik Pengumpulan Data, Instrumen Penelitian dan Teknik Analisis Data	81
E. Uji analisis Regresi Linear Berganda	91
F. Uji Hipotesis	91

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum	94
B. Deskripsi Data Responden	103
C. Deskripsi Variabel	105
D. Analisis Data	118

BAB V PEMBAHASAN

A. Pengaruh Harga terhadap Pengambilan Keputusan dalam	
--	--

Memilih Jasa Rumah Kos pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung	133
B. Pengaruh Fasilitas terhadap Pengambilan Keputusan dalam Memilih Jasa Rumah Kos pada Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung.....	135
C. Pengaruh Lokasi terhadap Pengambilan Keputusan dalam Memilih Jasa Rumah Kos pada Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung	137
D. Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> terhadap Pengambilan Keputusan dalam Memilih Jasa Rumah Kos pada Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung	138
E. Pengaruh Status Sosial terhadap Pengambilan Keputusan dalam Memilih Jasa Rumah Kos pada Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung	140
F. Pengaruh Harga, Fasilitas, Lokasi, <i>Word Of Mouth</i> dan Status Sosial terhadap Pengambilan Keputusan dalam Memilih Jasa Rumah Kos pada Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung	142

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan	147
B. Saran	149

DAFTAR PUSTAKA	151
-----------------------------	------------

LAMPIRAN-LAMPIRAN