

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.....	xiv
Daftar Lampiran	xv
Abstrak	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian	7
E. Kegunaan Penelitian.....	7
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian	8
G. Penegasan Istilah.....	9
H. Sistematika Penulisan Skripsi	12

BAB II LANDASAN TEORI	13
A. Promosi	13
B. Kualitas Pelayanan	16
C. Persepsi Harga.....	19
D. Lokasi	20
E. Keputusan Pembelian Konsumen	21
F. Kajian Penelitian Terdahulu.....	24
G. Kerangka Konseptual	27
H. Hipotesis Penelitian.....	29
BAB III METODE PENELITIAN	31
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	31
B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian.....	31
C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran	33
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian	34
E. Teknik Analisis Data.....	36
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	41
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	41
B. Deskripsi Responden.....	43
C. Deskripsi Data.....	46
D. Hasil Pengujian dan Analisis Data	65
BAB V PEMBAHASAN	79
A. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Kursus Mengemudi Bima Sakti Tulungagung	79

B. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Kursus Mengemudi Bima Sakti Tulungagung	82
C. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Kursus Mengemudi Bima Sakti Tulungagung	84
D. Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Kursus Mengemudi Bima Sakti Tulungagung	87
E. Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Kursus Mengemudi Bima Sakti Tulungagung	90
BAB VI PENUTUP	94
A. Kesimpulan	94
B. Saran.....	95
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN-LAMPIRAN	101