**DAFTAR ISI**

Halaman Judul

Pengesahan

Abstrak i

*Abstract* ii

Kata Pengantar iii

Daftar Isi v

Daftar Tabel vii

Daftar Gambar ix

Daftar Lampiran x

BAB I : PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Masalah 1
2. Identifikasi Masalah 4
3. Batasan Masalah 5
4. Rumusan Masalah 5
5. Tujuan Penelitian 5
6. Manfaat Penelitian 6

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

1. LandasanTeoritis 7
2. Bauran Pemasaran 7
3. Elemen Bauran Pemasaran 8
4. Produk 8
5. Definisi Produk 8
6. Tingkatan Produk 8
7. Atribut Produk 9
8. Dimensi Kualitas Produk 11
9. Harga 12
10. Definisi Harga 12
11. Dimensi Strategik Harga 13
12. Kualitas Layanan 14
13. Pengertian Kualitas Layanan 14
14. Dimensi Kualitas Layanan 16
15. Keputusan Pembelian Konsumen 17
16. Definisi Kepuasan Konsumen 17
17. Keputusan Pembelian Ulang 18
18. Penelitian Terdahulu 19
19. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis 22

BAB III : METODE PENELITIAN

1. Objek penelitian 26
2. Desain Penelitian 26
3. Variabel Penelitian 28
4. Teknik Pengambilan Sampel 32
5. Teknik Pengumpulan Data 32
6. Teknik Analisis Data 33
7. Uji Instrumen Penelitian 33
8. Analisis Deskriptif 34
9. Analisis Regresi 37

BAB IV : HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

1. Gambaran Umum Objek Penelitian 41
2. Uji Instrumen Penelitian 42
3. Uji Validitas 42
4. Uji Realibilitas 47
5. Analisis Deskriptif 49
6. Profil Responden 50
7. Analisis Variabel 50
8. Uji Asumsi Klasik 58
9. Uji Normalitas 59
10. Uji Multikolinearitas 59
11. Uji Heteroskedastisitas 60
12. Uji Otokorelasi 61
13. Analisis Regresi Linear Ganda 62
14. Uji F 62
15. Uji t 63
16. Hasil Penelitian 64
17. Pembahasan 66

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan 68
2. Saran 68

DAFTAR PUSTAKA...................................................................................................... 69

LAMPIRAN.................................................................................................................... 72