

DAFTAR ISI

Halaman

KATA PENGANTAR.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR GRAFIK	xiii

BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
1.5. Batasan dan Ruang Lingkup Masalah	8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1. Pengertian Pemasaran.....	9
2.2. Bauran Pemasaran (Marketing Mix)	10
2.3. Pengertian Jasa	12
2.4. Harga	13
2.4.1. Tujuan Penetapan Harga.....	16
2.5. Kualitas Pelayanan	19

2.6. Keputusan Pembelian	22
2.6.1. Proses Keputusan Pembelian.....	24
2.6.2. Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	27
2.6.4. Pengaruh Variabel Harga Terhadap Keputusan Pembelian	27
2.7. Penelitian Tedahulu	27
2.8. Kerangka Pemikiran	29
2.9. Hipotesis	29

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	31
3.1.1. Variabel Penelitian	31
3.1.2. Definisi Operasional.....	32
3.2. Tempat dan Waktu Penelitian.....	33
3.3. Penentuan Populasi dan Sampel	33
3.3.1. Populasi	33
3.3.2. Sampel	33
3.4. Jenis dan Sumber Data	34
3.4.1. Data Primer.....	35
3.4.2. Data Sekunder	35
3.4.3. Alat Pengumpulan Data.....	35
3.5. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	36
3.5.1. Uji Validitas.....	36
3.5.2. Uji Reliabilitas	37

3.6. Teknik Analisis Data	37
3.6.1. Teknik Regresi Linier Berganda.....	37
3.6.2. Uji Asumsi Klasik	38
3.6.2.1. Uji Normalitas Data.....	38
3.6.2.2. Uji Multikolinearitas	38
3.6.2.3. Uji Durbin – Watson (DW Test)	39
3.6.2.4. Uji Heteroskedastisitas	39
3.7. Pengertian Hipotesis	40
3.7.1. Uji <i>t</i> (t-test)	40
3.7.2. Uji <i>F</i> (F-test).....	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	42
4.1. Penyajian Data	42
4.2. Uji Validitas dan Reliabilitas	43
4.2.1. Hasil Uji Validitas.....	43
4.2.2. Hasil Uji Reliabilitas	45
4.3. Analisis Deskriptif	46
4.4. Uji Asumsi Klasik	49
4.4.1. Uji Normalitas Data	49
4.4.2. Uji Multikolinearitas	50
4.4.3. Uji Autokolerasi	51
4.4.4. Uji Heteroskedastisitas.....	52
4.5. Analisis Regresi Linier Berganda	53
4.6. Pengujian Hipotesis.....	54

4.6.1. Uji t-test.....	54
4.6.2. Uji F-test	55
4.7. Determinan (R^2)	56
4.8. Pembahasan.....	57
4.8.1. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Bus PT. Bintang Utara 1968 <i>Class Ac Toilet</i> di Kota Medan.	57
4.8.2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Bus PT. Bintang Utara 1968 <i>Class Ac Toilet</i> di Kota Medan.....	58
4.8.3. Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Bus PT. Bintang Utara 1968 <i>Class Ac Toilet</i> di Kota Medan.....	59
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	60
5.1. Kesimpulan	60
5.2. Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN.....	67

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1. Jenis Class Bus PT. Bintang Utara 1968 Tujuan Medan Dumai	3
Tabel 1.2. Perusahaan Otobus Tujuan Medan – Dumai <i>Class AC Toilet</i>	4
Tabel 1.3. Penjualan PO PT. Bintang Utara 1968, tahun 2014 – 2016 (dalam rupiah) Tujuan Medan - Dumai	4
Tabel 2.1. Tabel Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3.1. Pengambilan Keputusan ada tidaknya Autokorelasi.....	39
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	43
Tabel 4.3. Hasil Uji Validitas.....	44
Tabel 4.4. Hasil Uji Reliabilitas	45
Tabel 4.5. Tabel Distribusi Variabel	46
Tabel 4.6. Hasil Uji Multikolinearitas.....	51
Tabel 4.7. Hasil Uji Autokorelasi.....	51
Tabel 4.8. Regresi Linier	53
Tabel 4.9. Hasil Uji t-test	54
Tabel 4.10. Hasil Uji F-test.....	55
Tabel 4.11. Uji Determinan.....	56

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Model Sederhana Proses Pemasaran	9
Gambar 2.2. Model Lima Tahap Proses Pembelian.....	24
Gambar 2.3. Kerangka Berfikir.....	29
Gambar 4.1. Hasil Uji Normalitas.....	50
Gambar 4.2. Hasil Uji Heterokedastisitas	52



DAFTAR GRAFIK

Halaman

Grafik 1.1. Grafik Penjualan Jenis Bus PT. Bintang Utara 1968, Tahun

2014 - 2018 5

