

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN
LEMBAR PERNYATAAN
LEMBAR PERSETUJUAN
MOTTO
ABSTRACT
ABSTRAK

KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.5 Pembatasan Masalah dan Asumsi	11
1.5.1 Pembatasan Masalah.....	12
1.5.2 Asumsi.....	13

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka.....	14
2.1.1 Konsep Pemasaran dan Manajemen Pemasaran	14
2.1.2 Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan	16
2.1.3 Variabel dalam Bauran Jasa Pendidikan	17
2.1.3.1 Produk (<i>Product</i>)	18
2.1.3.2 Harga (<i>Price</i>)	23

2.1.3.3 Tempat/Lokasi (<i>Place</i>)	25
2.1.3.4 Promosi (<i>Promotion</i>)	27
2.1.3.5 Sumber Daya Manusia (<i>People</i>)	29
2.1.3.6 Proses (<i>Process</i>).....	31
2.1.3.7 Bukti Fisik (<i>Physical Evidence</i>)	32
2.1.4 Perilaku Konsumen dan Keputusan Pembelian/Pemilihan	33
2.1.5 Penelitian Terdahulu	37
2.2 Kerangka Pemikiran	42
2.2.1 Keterkaitan Antar Variabel Penelitian.....	44
2.3 Hipotesis	49

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian dan Pendekatan Penelitian.....	51
3.2 Operasionalisasi Variabel.....	52
3.3 Ruang Lingkup Penelitian	54
3.3.1 Objek Penelitian dan Subjek Penelitian	54
3.3.2 Populasi dan Sampel	55
3.4 Jenis dan Sumber Data	60
3.5 Teknik Pengolahan Data	61
3.6 Skala Pengukuran Variabel	61
3.7 Teknik Pengumpulan Data	62
3.7.1 Pengujian Instrumen Data.....	63
3.7.1.1 Uji Validitas	63
3.7.1.2 Uji Reliabilitas.....	66
3.7.2 Teknik Analisis Data	67
3.7.3 Uji Hipotesis	73

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Universitas Komputer Indonesia	76
4.1.1 Sejarah Universitas Komputer Indonesia	76
4.1.2 Visi dan Misi Universitas Komputer Indonesia.....	79

4.1.2 Tujuan Universitas Komputer Indonesia.....	80
4.2 Karakteristik Responden	80
4.3 Analisis Deskriptif.....	81
4.3.1 Produk	81
4.3.2 Promosi.....	85
4.3.3 Harga	90
4.3.4 Proses	94
4.3.5 Bukti Fisik.....	103
4.3.6 Keputusan Memilih	104
4.4 Uji Kecocokan Model	109
4.4.1 Uji Kecocokan Keseluruhan Model	110
4.4.2 Uji Kecocokan Model Pengukuran	112
4.4.2.1 Produk.....	114
4.4.2.2 Promosi	115
4.4.2.3 Harga.....	116
4.4.2.4 Proses	117
4.4.2.3 Bukti Fisik.....	118
4.4.2.4 Keputusan Memilih.....	119
4.4.3 Uji Kecocokan Model Struktural	120
4.5 Analisis Pengujian Hipotesis.....	124
4.5.1 Pengujian Hipotesis Secara Parsial	124
4.5.1.1 Hipotesis H1	124
4.5.1.2 Hipotesis H2	128
4.5.1.3 Hipotesis H3	129
4.5.1.3 Hipotesis H4	131
4.5.1.3 Hipotesis H5	133
4.5.2 Pengujian Hipotesis Secara Simultan.....	134

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan..... 135
5.2 Saran..... 136

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN