

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	7
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
1.4 Sistematika Penulisan	8
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Pengertian pemasaran (marketing)	10
2.2 Pengertian jasa	11
2.2.1 Konsep Jasa	11
2.2.2 Defenisi Jasa	17
2.2.3 Karakteristik Jasa.....	18
2.3 Kualitas Pelayanan.....	20
2.3.1 Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Keputusan Mengingat	22
2.4 Fasilitas	23
2.4.1 Hubungan Fasilitas Keputusan Mengingat	25
2.5 Lokasi	26
2.5.1 Hubungan Lokasi Dengan Keputusan Mengingat	28
2.6 Keputusan Konsumen	28
2.7 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen	33
2.8 Keputusan Konsumen Dalam Bisnis Menurut Pandangan Islam.....	37



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.9 Penelitian Terdahulu.....	38
2.10 Variabel penelitian	39
2.11 Kerangka Pemikiran	39
2.12 Hipotesis	40
2.13 Definisi Konsep Operasional Variabel penelitian	41

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	42
3.2 Jenis dan Sumber Data	42
3.2.1 Data Primer	42
3.2.2 Data Sekunder	
3.3 Teknik Pengumpulan Data	42
3.4 Populasi dan Sampel.....	43
3.4.1 Populasi	43
3.4.2 Sampel	44
3.4.3 Teknik Penarikan Sampel	45
3.5 Teknik Skala Pengukuran	45
3.5.1 Analisis Kuantitatif	46
3.6. Teknik Analisa Data	46
3.6.1 Uji Kualitas Data	46
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	48
3.6.3 Analisis Regresi Linier Berganda	50
3.6.4 Uji Hipotesis	51

BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

4.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	53
4.2 Struktur Organisasi	54
4.3 Aktivitas dan Fasilitas Perusahaan	58

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V PEMBAHASAN

5.1	Karakteristik Responden	62
5.1.1	Responden Menurut Jenis Kelamin	62
5.2	Deskripsi Variabel Penelitian	63
5.2.1	Variabel Keputusan Konsumen	63
5.2.2	Variabel Pelayanan	70
5.3.1	Fasilitas	77
5.3.1	Lokasi	77
5.3.1	Lokasi	82
5.3	Uji Kualitas Data	90
5.3.1	Uji Validitas	90
5.3.2	Uji Reliability	93
5.4	Uji Asumsi Klasik	94
5.3.3	Uji Multikolonieritas	94
5.3.4	Uji Heteroskedastisitas	95
5.4.1	Uji Autokorelasi	96
5.4.2	Uji Normalisasi	97
5.4	Analisis Linear Berganda	97
5.5	Uji Hipotesis 100	100
5.4.1	Uji-t (Parsial)	101
5.4.2	Uji Simultan (Uji f)	101
5.4.3	Uji Determinasi R ²	101
5.5	Koefisien Korelasi	102

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1	Kesimpulan	105
6.2	Saran	106

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN