

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

	Hal
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 <i>Grand theory of marketing</i>	10
2.2 Pengertian Pemasaran	11
2.3 Konep Pemasaran.....	12
2.4 Konsep Penjualan.....	13
2.5 Keputusan Konsumen.....	14
2.5.1 Tahap Proses Pengambilan Keputusan Konsumen.....	15
2.5.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konumen..	17
2.6 Pengertian Jasa dan Pemasaran jasa	21
2.7 Kualitas Jasa.....	23
2.8 Orang-orang dalam Jasa	25
2.9 Bauran Pemasaran (<i>marketingmix</i>).....	28
2.9.1 <i>Process</i> (proses)	31
2.9.2 <i>People</i> (orang)	33
2.9.3 <i>Physical evidence</i> (sarana fisik).....	34
2.10 Pandangan Islam Tentang Pemasaran	35
2.11 Penelitian Terdahulu	37
2.12 Variabel Penelitian	38
2.13 Operasional Variabel	38
2.14 Kerangka Pemikiran	40
2.15 Hipotesis	40

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.

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	42
3.2 Jenis dan Sumber Data.....	42
3.2.1 Data Premier	42
3.2.2 Data Skunder	42
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.4 Populasi dan Sampel	43
3.4.1 Populasi	43
3.4.2 Sampel	43
3.5 Teknik Penarikan Sampei.....	44
3.6 Teknik Analisa Data.....	45
3.6.1 Teknik Skala Pengukuran	45
3.6.2 Analisa Kuantitatif	45
3.7 Uji Kualitas Data.....	46
3.7.1 Uji Validitas.....	46
3.7.2 Uji Realibilitas	46
3.7.3 Uji Normalitas	47
3.8 Uji Asumsi Klasik	48
3.8.1 Uji Multikoloneritas	48
3.8.2 Uji Heteroskodesitas	49
3.8.3 Uji Autokorelasi	49
3.9 Uji Multikoloneritas	49
3.10 Uji Hipotesis	50
3.10.1 Uji Signifikansasi Pengaruh Simultan (Uji F)	50
3.10.2 Uji Signifikansasi Pengaruh Parsial (Uji T)	51
3.10.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	52

BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

4.1 Sejarah Singkat Perusahaan	53
4.2 Struktur Organisasi	54
4.3 Aktivitas Usaha Akomodasi	58

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1 Karakteristik Responden	62
5.2 Deskripsi Variabel.....	62
5.2.1 <i>Physical evidence</i> (X_1).....	63
5.2.2 <i>People</i> (X_2).....	64
5.2.3 <i>Process</i> (X_3).....	65
5.2.4 Keputusan Konsumen (Y)	66
5.3 Uji Kualitas Data	67

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.

5.3.1	Uji Validitas	67
5.3.1.1	<i>Physical evidence</i> (X_1)	68
5.3.1.2	<i>People</i> (X_2).....	68
5.3.1.3	<i>Process</i> (X_3)	69
5.3.1.4	Keputusan Konsumen (Y).....	69
5.3.2	Uji Reliability.....	70
5.3.3	Uji Normalitas Data	71
5.4	Uji Asumsi Klasik	72
5.4.1	Multikolinieritas.....	72
5.4.2	Uji Heteroskedastisitas.....	73
5.4.3	Autokorelasi	74
5.5	Analisis Regresi Linier Berganda.....	75
5.6	Uji Hipotesis	76
5.6.1	Uji Secara Simultan (Uji F)	76
5.6.2	Uji signifikan secara parsial (Uji T).....	78
5.6.3	Koefisien Determinasi (Adjust R^2)	79
5.6.4	Pembahasan	80

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1	Kesimpulan.....	83
6.2	Saran	84

**DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN**