

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
PERSETUJUAN AKADEMIS	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR GRAFIK	xiv
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	4
1.3 Perumusan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Kegunaan Penelitian	9
1.6 Sistematika Penulisan	10
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	12
2.1.1 Rangkuman Teori.....	12
2.1.1.1 Pemasaran.....	12
2.1.1.2 Customer Value	15
2.1.1.3 Perilaku Konsumen.....	16
2.1.1.4 Keputusan Pembelian.....	17
2.1.1.5 Proses Keputusan Pembelian.....	17
2.2 Penelitian Terdahulu	20
2.2.1 Skripsi Penelitian Terdahulu.....	20
2.2.2 Jurnal Nasional.....	23
2.2.3 Jurnal Internasional	24
2.3 Kerangka Pemikiran	26
2.4 Hipotesis Penelitian	28
2.5. Ruang Lingkup Penelitian.....	22

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian	29
3.2 Variabel Operasional dan Skala Pengukuran	29
3.2.1 Variabel Operasional	29
3.2.2 Skala Pengukuran	31
3.3 Tahapan Penelitian.....	32
3.4 Populasi dan Sampel.....	33
3.4.1 Populasi.....	33
3.4.2 Sampel	33
3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel	34
3.5 Pengumpulan Data.....	34
3.5.1 Jenis Data.....	34
3.5.2 Tehnik Pengumpulan Data.....	35
3.5.3 Skala Pengukuran.....	35
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	36
3.6.1 Uji Validitas	36
3.7.2 Uji Reliabilitas	37
3.7 Teknik Analisis Data	38
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	38
3.7.2 Garis Kontinum.....	39
3.7.3 Method Succesive Interval.....	40
3.7.4 Uji Asumsi Klasik	41
3.7.5 Analisis Regresi Linier Berganda	42
3.7.6 Pengujian Hipotesis	44

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Responden	46
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	47
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi.....	48
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	49
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	50
4.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Durasi Penggunaan Jasa	51
4.2 Hasil Penelitian.....	52
4.2.1 Gambaran Variabel Manfaat Total pada Keputusan Pembelian.....	52
4.2.2 Gambaran Variabel BiayaTotal pada Keputusan Pembelian.....	54
4.2.3 Gambaran Variabel Keputusan Pembelian	56
4.2.4 Hasil Uji Asumsi Klasik	59

4.2.5 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	64
4.2.6 Hasil Pengujian Hipotesis	66
4.2.7 Gambaran Customer Value pada Keputusan Pembelian	67
4.2.8 Gambaran Keputusan Pembelian	67
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	69
5.2 Saran	69
5.2.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya	70
 DAFTAR PUSTAKA.....	 71
 LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

BAB I

Tabel 1.1 Profil Perusahaan	1
Tabel 1.2 Jumlah Customer	6
Tabel 1.3 Jumlah Pendapatan.....	7

BAB III

Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	30
Tabel 3.2 Skala Pengukuran.....	31
Tabel 3.3 Skala Likert.....	35
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas.....	36
Tabel 3.5 Indeks Realibilitas.....	38
Tabel 3.6 Hasil Uji Realibilitas	38
Tabel 3.7 Kategori Interpretasi Skor	39

BAB IV

Tabel 4.1 Analisis Manfaat Total.....	52
Tabel 4.2 Analisis Total Biaya.....	54
Tabel 4.3 Analisis Keputusan Pembelian	57
Tabel 4.4 Pengujian Multikolinearitas.....	59
Tabel 4.5 Uji Heterokedastisitas	61
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas	63
Tabel 4.7 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	64

DAFTAR GAMBAR

BAB I

Gambar 1.1 Logo Siegma Tama Tours.....	1
--	---

BAB II

Gambar 2.1 Model Sederhana Proses Pemasaran	12
Gambar 2.2 Proses Pengambilan Keputusan Konsumen.....	17
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran	28

BAB III

Gambar 3.1 Tahapan Penellitian	32
Gambar 3.2 Persentase Garis Kontinum.....	40

BAB IV

Gambar 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
Gambar 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	47
Gambar 4.3 Responden Berdasarkan Profesi.....	48
Gambar 4.4 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	49
Gambar 4.5 Responden Berdasarkan Usia.....	50
Gambar 4.6 Responden Berdasarkan Menggunakan Jasa	51
Gambar 4.7 Garis Kontinum Variabel Manfaat Total.....	53
Gambar 4.8 Garis Kontinum Variabel Biaya Total.....	56
Gambar 4.9 Garis Kontinum Keputusan Pembelian	58
Gambar 4.10 Uji Heterokedastisitas	60
Gambar 4.11 Uji Normalitas	62

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 Jumlah Customer Tahun 2013.....	6
Grafik 1.2 Jumlah Pendapatan Tahun 2013	8