

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	iii
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
1) Manfaat Teoritis.....	7
2) Manfaat Praktis .....	7
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b>	
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Promosi.....	8
2.1.2 Kualitas Layanan.....	10
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	12
2.1.4 Kepuasan Konsumen.....	14
2.2 Hubungan Variabel Penelitian dan Pengembangan Hipotesis .....	16
1. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian .....	16
2. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian .....	17
3. Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen .....	18
4. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen .....	19
5. Pengaruh Keputusan Pembelian Terhadap Kepuasan Konsumen .....	19

2.3 Model Empirik .....	20
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Jenis Penelitian .....	21
3.2 Populasi dan Sampel .....	21
3.2.1 Populasi .....	21
3.2.2 Sampel .....	22
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	23
3.3.1 Metode Pengumpulan Data .....	23
3.4 Definisi Oprasional dan Indikator .....	24
3.5 Tehnik Analisis Data .....	25
3.5.1 Deskripsi Responden dan Deskripsi Variabel .....	25
3.5.2 Uji Instrumen .....	26
1. Uji Validitas .....	26
2. Uji Reabilitas .....	26
3.5.3 Uji Asumsi Klasik .....	27
1) Uji Normalitas .....	27
2) Uji Heterokedastisitas .....	27
3) Uji Multikolinearitas .....	28
3.5.4 Analisis Regresi Linier Berganda .....	28
3.5.5 Uji Hipotesis .....	29
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Deskripsi Obyek Penelitian .....	31
4.1.1 Karakteristik Responden .....	31
a. Jenis Kelamin Responden .....	31
b. Usia Responden .....	32
c. Pendidikan Terakhir .....	33
d. Pekerjaan .....	34
e. Frekuensi Penggunaan .....	34
4.2 Deskripsi Variabel .....	35
4.2.1 Promosi .....	36
4.2.2 Kualitas Layanan .....	37

4.2.4 Keputusan Pembelian.....	38
4.2.4 Kepuasan Konsumen.....	39
4.3 Uji Instrumen .....	40
4.3.1 Uji Validitas .....	40
4.3.2 Uji Reabilitas.....	41
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	43
4.4.1 Uji Normalitas.....	43
4.4.2 Uji Multikolinearitas .....	44
4.4.3 Uji Heterokedastisitas .....	45
4.4.4 Analisis Rrgresi Linier Berganda.....	46
4.5 Pengujian Hipotesis.....	48
4.6 Pembahasan.....	51
<b>BAB V PENUTUP</b>	
5.1 Kesimpulan .....	58
5.2 Saran.....	59
5.3 Agenda Penelitian Yang Akan Datang .....	60
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.3 Model Empirik .....	20
Gambar 4.1 Uji Normalitas Persamaan 1.....	43
Gambar 4.2 Uji Normalitas Persamaan 2.....	43
Gambar 4.3 Uji Heterokedastisitas Persamaan 1.....	45
Gambar 4.4 Uji Heterokedastisitas Persamaan 2.....	45
Gambar 4.5 Kerangka Pikir Hasil Penelitian.....	46
Gambar 4.6 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Promosi Melalui Keputusan Pembelian Terhadap Kepuasan Konsumen.....	50
Gambar 4.7 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Kualitas Layanan Melalui Keputusan Pembelian Terhadap Kepuasan Konsumen.....	51

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pengguna BMU tour and travel.....	4
Tabel 3.4 Definisi Oprasional Dan Indikator.....	24
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	31
Tabel 4.2 Usia Responden.....	32
Tabel 4.3 Pendidikan Terakhir Responden.....	33
Tabel 4.4 Pekerjaan Responden.....	34
Tabel 4.5 Frekuensi Penggunaan.....	35
Tabel 4.6 Deskriptif Variabel Promosi.....	36
Tabel 4.7 Deskriptif Variabel Kualitas Layanan.....	37
Tabel 4.8 Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	39
Tabel 4.9 Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen.....	40
Tabel 4.10 Uji Validitas Data.....	42
Tabel 4.11 Uji Reliabilitas Data.....	43
Tabel 4.12 Uji Multikolinearitas Persamaan 1.....	44
Tabel 4.13 Uji Multikolinearitas Persamaan 2.....	44
Tabel 4.14 Perhitungan Analisis Regresi Linier Berganda.....	46

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	61
Lampiran 2 Output <i>SPSS</i> .....	66.