

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Batasan Penelitian	7
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.1.1 Penelitian oleh Kurniawan (2007)	8
2.1.2 Penelitian oleh Ibrahim (2007).....	9
2.1.3 Penelitian oleh Zavrnsnik dan Mumel (2007).....	10

2.2 Landasan Teori.....	11
2.2.1 Pemasaran	11
2.2.2 Jasa.....	12
2.2.3 Promosi	15
2.2.4 Perilaku Konsumen	20
2.2.4.1 Pengertian Perilaku Konsumen.....	20
2.2.4.2 Keputusan Konsumen	20
2.2.4.3 Klasifikasi Konsumen	24
2.3 Kerangka Konseptual.....	26
2.4 Model Analisis	27
2.5 Hipotesis.....	29
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian.....	30
3.2 Populasi dan Sampel	30
3.3 Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel	33
3.4 Prosedur atau Pengumpulan Data	35
3.4.1 Jenis dan Sumber Data.....	35
3.4.2 Pengumpulan Data	35
3.5 Validitas dan Reliabilitas	36
3.6 Analisis Data	36
3.6.1 Pengertian Faktor Analisis	36
3.6.2 Kegunaan Faktor Analisis	37
3.6.3 Analisis Faktor Konfirmatori	37

3.6.4 <i>Loading Factor</i>	37
-----------------------------------	----

BAB IV ANALISIS HASIL PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum <i>Crescendo Music Course</i>	38
4.2 Deskripsi Sampel Penelitian	40
4.2.1 Karakteristik Responden	41
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian	43
4.3.1 Komunikasi pribadi (X1)	44
4.3.2 Iklan (X2)	45
4.3.3 Promosi penjualan (X3)	46
4.3.4 Pemberitaan/Hubungan Masyarakat (X4)	47
4.4 Validitas dan Reliabilitas	48
4.4.1 Komunikasi pribadi (X1)	49
4.4.2 Iklan (X2)	50
4.4.3 Promosi penjualan (X3)	54
4.4.4 Pemberitaan/hubungan masyarakat (X4)	56
4.5 Deskripsi Analisis Faktor Konfirmatori	60

BAB V PEMBAHASAN

5.1 Karakteristik Responden	62
5.2 Deskripsi Variabel Penelitian.....	63
5.3 Validitas dan Reliabilitas	65
5.4 Deskripsi Analisis Faktor Konfirmatori	68
5.4.1 Komunikasi Pribadi (X1)	68
5.4.2 Iklan (X2)	73

5.4.3 Promosi Penjualan (X3)	76
5.4.4 Pemberitaan / Hubungan Masyarakat (X4)	80
BAB VI SIMPULAN DAN SARAN	
6.1 Simpulan	84
6.2 Saran.....	86
6.2.1 Saran untuk <i>Crescendo Music Course</i>	86
6.2.2 Saran untuk Penelitian Selanjutnya.....	87
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN	91

