

DAFTAR ISI

	Halaman
PENGESAHAN	i
PERNYATAAN	ii
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Penelitian.	1
1.2. Identifikasi Masalah.	6
1.3. Tujuan Penelitian.	6
1.4. Kegunaan Hasil Penelitian	7
1.5. Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	8
1.5.1 Lokasi Penelitian	8
1.5.2 Jadwal Penelitian	9
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 Tinjauan Pustaka.....	10
2.1.1 Pengertian Citra Perusahaan.....	10
2.1.1.1 Dimensi Citra Perusahaan	11
2.1.1.2 Pentingnya Citra Perusahaan.....	13
2.1.2 Kualitas Layanan	13

2.1.2.1	Pengertian Kualitas Layanan.....	13
2.1.2.2	Karakteristik Kualitas layanan	14
2.1.2.3	Dimensi Kualitas Layanan	16
2.1.2.4	Indikator Kualitas Layanan	18
2.1.2.5	Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan.	19
2.1.3	Proses Keputusan Pembelian	19
2.1.3.1	Tipe Proses Pengambilan Keputusan	20
2.1.3.2	Tahapan-tahapan Proses Pengambilan Keputusan.....	20
2.1.3.3	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen	25
2.1.3.4	Peranan Konsumen Dalam Keputusan Pembelian.....	33
2.1.4	Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Layanan terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen..	34
2.2	Penelitian Terdahulu...	35
2.3	Kerangka Pemikiran	37
2.4	Hipotesis.....	43

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1	Objek dan Ruang Lingkup Penelitian...	44
3.1.1	Sejarah Perusahaan	44
3.1.2	Struktur Organisasi Perusahaan.....	45
3.1.3	Kegiatan Perusahaan.....	50
3.2	Metode Penelitian.....	51
3.2.1	Operasionalisasi Variabel	51
3.2.2	Teknik Pengumpulan data..	55

3.2.2.1 Jenis Data ..	55
3.2.2.2 Populasi	56
3.2.2.3 Penentuan Sampel	57
3.2.2.4 Prosedur Pengumpulan Data	58
3.3 Model/ Paradigma Penelitian	59
3.4 Teknik Analisis Data.....	60
3.4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	60
3.4.2 Metode <i>Succesive Interval</i>	61
3.4.2 Analisis terhadap Kuesioner	62
3.4.4 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	63
3.4.5 Pengujian Hipotesis	66
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Citra perusahaan Yogya <i>Departement Store</i>	69
4.2 Kualitas layanan Yogya <i>Departement Store</i>	74
4.3 Proses keputusan pembelian konsumen Yogya <i>Departement Store</i>	81
4.4 Pengaruh citra perusahaan dan kualitas layanan terhadap proses keputusan pembelian konsumen pada Yogya <i>Departement Store</i>	86
4.5 Pengujian Hipotesis.	89
 BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Simpulan	92
5.2. Saran.	93
DAFTAR PUSTAKA	95

DAFTAR TABEL

No. Tabel	Judul	Halaman
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel	52
Tabel 3.2	Alternatif jawaban untuk Variabel (X1)	58
Tabel 3.3	Alternatif jawaban untuk Variabel (X2)	59
Tabel 3.4	Alternatif jawaban untuk Variabel (Y)	59
Tabel 3.5	Format Nilai, Notasi & Prediksi masing-masing jawaban Positif.....	63
Tabel 3.6	Format Nilai, Notasi & Prediksi masing-masing jawaban Negatif	63
Tabel 4.1	Klasifikasi Penilaian Indikator Variabel X_1 , X_2 , dan Y	70
Tabel 4.2	Rekapitulasi citra perusahaan.....	70
Tabel 4.3	Klasifikasi Penilaian Indikator Variabel X_1 keseluruhan	73
Tabel 4.4	Rekapitulasi kualitas layanan.....	75
Tabel 4.5	Klasifikasi Penilaian Indikator Variabel X_2 keseluruhan.....	81
Tabel 4.6	Rekapitulasi proses keputusan pembelian konsumen.....	83
Tabel 4.7	Klasifikasi Penilaian Indikator Variabel Ykeseluruhan	85
Tabel 4.8	Pengaruh langsung dan tak langsung Variabel X_1 , X_2 , dan Y	88

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul	Halaman
Gambar 2.1	Proses Keputusan Pembelian Konsumen	23
Gambar 2.2	Proses Keputusan Membeli	24
Gambar 3.1	Paradigma Penelitian	60
Gambar 4.1	Hubungan Struktural antara Variabel X_1 dan X_2 terhadap Y	86

DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Judul	Halaman
Lampiran 1	Jadwal Kegiatan Penelitian	9
Lampiran 2	Kuesioner Penelitian	71
Lampiran 3	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	101
Lampiran 4	Data Interval Variabel	107
Lampiran 6	Hasil SPSS <i>Regression and Correlations</i>	122
Lampiran 7	Daftar Riwayat Hidup	124