

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasi dan Rumusan Masalah	11
1.2.1. Identifikasi Masalah	11
1.2.2. Rumusan Masalah	12
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	12
1.3.1. Tujuan Penelitian	12
1.3.2. Kegunaan Penelitian	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS ..	14
2.1. Kajian Pustaka	14
2.1.1. Konsep Pemasaran Jasa Pendidikan	14
2.1.2. Strategi Pemasaran.....	16
2.1.2.1. Pengertian Strategi.....	16
2.1.2.2. Variabel Strategi Pemasaran.....	16
2.1.3. Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan	18
2.1.4. Konsep Nilai yang Diterima Oleh Mahasiswa.....	31
2.1.4.1. Pengertian Nilai yang Diterima oleh Mahasiswa	31
2.1.4.2. Dasar Penentuan Nilai yang diterima oleh mahasiswa .	33
2.1.4.3. Hirarki Nilai yang Diterima Mahasiswa.. ..	37
2.1.4.4. Penciptaan Nilai.....	39

2.1.4.5. Keuntungan Dalam Pembentukan Nilai yang Diterima Oleh Mahasiswa.....	41
2.1.5. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Nilai yang Diterima Oleh Mahasiswa.....	42
2.2. Kerangka Pemikiran	43
2.3. Hipotesis	50
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	52
3.1. Objek Penelitian	52
3.2. Metode dan Desain Penelitian	52
3.2.1. Metode Penelitian	52
3.2.2. Desain Penelitian	54
3.3. Operasionalisasi Variabel	55
3.4. Sumber Data Penelitian	61
3.5. Teknik dan Alat Pengumpulan Data	63
3.6. Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel	66
3.6.1. Populasi.....	66
3.6.2. Sampel.....	66
3.6.3. Teknik Penarikan Sampel.....	68
3.7. Rancangan Analisis Data	69
3.7.1. Uji Validitas	70
3.7.2. Uji Reliabilitas	71
3.7.3. Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	72
3.7.4. Analisis Regresi Linear Sederhana.....	77
3.8. Pengujian Hipotesis	82
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	83
4.1. Tinjauan Umum Objek Penelitian	83
4.1.1. Gambaran Umum AKPER Aisyiyah Bandung	83
4.1.2. Visi Misi dan Tujuan AKPER Aisyiyah Bandung	88

4.1.3.	Pelaksanaan Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan di AKPER Aisyiyah Bandung.....	91
4.2.	Karakteristik dan Pengalaman Responden.....	95
4.2.1.	Karakteristik Responden	95
4.2.1.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	96
4.2.1.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Sekolah	97
4.2.1.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan Di Sekolah Menengah Atas.....	97
4.2.1.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-Rata Uang Saku Per Bulan.....	98
4.2.2.	Pengalaman Responden	98
4.2.2.1.	Pengalaman Responden Berdasarkan sumber Informasi Mengenai AKPER Aisyiyah.....	99
4.2.2.2.	Pengalaman Responden Berdasarkan Alasan Utama Memilih AKPER Aisyiyah.....	100
4.2.2.3.	Pengalaman Responden Berdasarkan Pengetahuan Responden Mengenai AKPER Lain yang Diketahui Selain AKPER Aisyiyah.....	101
4.3.	Deskripsi Variabel yang Diteliti	101
4.3.1.	Gambaran Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan AKPER Aisyiyah Bandung.....	102
4.5.1.1.	Tanggapan Mahasiswa Mengenai <i>Program</i> AKPER Aisyiyah Bandung.....	102
4.5.1.2.	Tanggapan Mahasiswa Mengenai <i>Price</i> AKPER Aisyiyah Bandung.....	105
4.5.1.3.	Tanggapan Mahasiswa Mengenai <i>Place</i> AKPER Aisyiyah Bandung.....	109
4.5.1.4.	Tanggapan Mahasiswa Mengenai <i>Promotion</i> AKPER Aisyiyah Bandung	111

4.5.1.5.	Tanggapan Mahasiswa Mengenai <i>Process</i> AKPER Aisyiyah Bandung	115
4.5.1.6.	Tanggapan Mahasiswa Mengenai <i>Physical Facilities</i> AKPER Aisyiyah Bandung	117
4.5.1.7.	Tanggapan Mahasiswa Mengenai <i>People</i> AKPER Aisyiyah Bandung	122
4.5.1.8.	Rekapitulasi Tanggapan Mahasiswa Mengenai Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan AKPER Aisyiyah Bandung.....	127
4.3.2.	Gambaran Nilai yang Diterima Oleh Mahasiswa AKPER Aisyiyah Bandung.....	133
4.5.2.1.	Tanggapan Mahasiswa Mengenai Manfaat dari AKPER Aisyiyah Bandung.....	133
4.5.2.2.	Tanggapan Mahasiswa Mengenai Korban untuk Mendapatkan Pendidikan di AKPER Aisyiyah Bandung.....	140
4.5.2.3.	Rekapitulasi Tanggapan Mahasiswa Mengenai nilai yang Diterima Oleh Mahasiswa AKPER Aisyiyah Bandung	143
4.4.	Hasil Pengujian	146
4.4.1.	Kriteria Pengambilan Keputusan	150
4.4.2.	Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi	151
4.6.3.	Pengujian Hipotesis dan Signifikansi Secara Parsial (Uji T)	152
4.6.4.	Model Persamaan Regresi Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan Terhadap Nilai yang Diterima Oleh Mahasiswa	153
4.7.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	153
4.5.1.	Gambaran Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan AKPER Aisyiyah.....	153
4.5.2.	Gambaran Nilai yang diterima oleh Mahasiswa AKPER Aisyiyah.....	155

4.5.3. Gambaran Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan Terhadap Nilai yang Diterima Oleh Mahasiswa AKPER Aisyiyah.....	157
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	160
5.1. Kesimpulan	160
5.2. Saran	162
DAFTAR PUSTAKA	165
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

