

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	
PERNYATAAN.....	
ABSTRACT.....	
ABSTRAK.....	
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN.....	
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR GRAFIK.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Kegunaan Penelitian.....	11
BAB II KERANGKA TEORITIS.....	13
A. Landasan Teori.....	13
1. Promosi Penjualan	13

a. Definisi Promosi Penjualan.....	13
b. Tujuan Promosi Penjualan	14
c. Indikator Promosi Penjualan	15
d. Alat-Alat Promosi Penjualan.....	16
e. Peran Promosi Penjualan.....	19
f. Promosi Penjualan dalam Perspektif Islam.....	20
2. <i>Physical Evidence</i>	21
a. Definisi <i>Physical Evidence</i>	21
b. Jenis-Jenis <i>Physical Evidence</i>	22
c. Fungsi Lingkungan Jasa	24
d. Dimensi <i>Physical Evidence</i>	26
e. <i>Physical Evidence</i> dalam Perspektif Islam.....	27
3. Tingkat Permintaan.....	28
a. Definisi Tingkat Permintaan	28
b. Urgensi Tingkat Permintaan.....	29
c. Hukum Permintaan.....	29
d. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan	31
e. Indikator Permintaan	33
B. Penelitian Terdahulu	34
C. Kerangka Pemikiran.....	35
D. Hipotesis.....	40
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	42

A. Metode Penelitian.....	42
B. Operasional Variabel.....	42
1. Variabel Bebas (Independent Variable).....	43
a. Promosi Penjualan (X_1).....	43
b. <i>Physical evidence</i> (X_2)	45
2. Variabel Terikat (<i>dependent variable</i>).....	45
a. Tingkat Permintaan (Y).....	45
C. Populasi dan Sampel	46
1. Populasi.....	46
2. Sampel	47
D. Teknik Pengumpulan Data.....	48
1. Kuesioner (Angket).....	48
2. Observasi	48
E. Uji Instrumen Penelitian	49
1. Uji Validitas.....	52
2. Uji Realibilitas	56
F. Uji Persyaratan Analisis.....	58
1. Uji Asumsi Dasar.....	58
a. Uji Linearitas.....	58
b. Uji Normalitas	59
c. Uji Homogenitas	61

2. Uji Asumsi Klasik.....	61
a. Uji Mutikolinieritas	61
b. Uji Autokorelasi	61
c. Uji Heteroskedastisitas	62
G. Teknik Analisis Data.....	62
1. Deskriptif Data.....	63
2. Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis	64
a. Penentuan Hipotesis	64
b. Uji Hipotesis 1 dan 2	65
c. Uji Hipotesis 3.....	67
H. Tempat dan Waktu Penelitian	69
1. Tempat Penelitian	69
2. Waktu Penelitian.....	69
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	71
A. Sejarah Tempat Penelitian.....	71
1. Sejarah Berdirinya gojek	71
2. Visi dan Misi gojek.....	72
a. Visi gojek	72
b. Misi gojek.....	72
3. Produk gojek.....	73
B. Hasil Penelitian	74

1. Pengolahan Data Penelitian.....	74
2. Uji Persyaratan Analisis.....	74
a. Uji Asumsi Dasar	74
b. Uji Asumsi Klasik	78
3. Deskripsi Data Kuantitatif	82
a. Analisis Deskriptif.....	82
4. Analisis Data.....	93
a. Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Tingkat Permintaan Jasa Layanan Transportasi Online gojek pada konsumen gojek di Kota Tasikmalaya.....	93
b. Pengaruh Physical Evidence Terhadap Tingkat Permintaan Jasa Layanan Transportasi Online gojek di Kota Tasikmalaya	97
c. Pengaruh Promosi Penjualan Dan <i>Physical Evidence</i> Terhadap Tingkat Permintaan Jasa Layanan Transportasi Online Gojek Di Kota Tasikmalaya.....	100
C. Pembahasan hasil penelitian	104
1. Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Tingkat Permintaan Jasa Layanan Transportasi Online gojek pada konsumen gojek di Kota Tasikmalaya	104
2. Pengaruh Physical Evidence Terhadap Tingkat Permintaan Jasa Layanan Transportasi Online gojek di Kota Tasikmalaya.....	106

3. Pengaruh Promosi Penjualan Dan Physical Evidence Terhadap Tingkat Permintaan Jasa Layanan Transportasi Online Gojek Di Kota Tasikmalaya.	108
BAB V PENUTUP.....	111
A. Simpulan	111
B. Saran.....	112
DAFTAR PUSTAKA	114
LAMPIRAN	118