

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	19
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	20
1.3.1 Tujuan Penelitian:	20
1.3.2 Kegunaan Penelitian:	20
1.4 Sistematika Penulisan	21
BAB II TELAAH PUSTAKA	23
2.1 Landasan Teori	23
2.1.1 Perilaku Konsumen.....	23
2.1.2 Keputusan Pembelian	25
2.1.3 Persepsi Harga	31
2.1.4 Kualitas Produk	33
2.1.5 Promosi	34
2.2 Penelitian Terdahulu	36
2.3 Hubungan Antar Variabel	49
2.3.1 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	49
2.3.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	49
2.3.3 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian	50
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	51

2.5	Hipotesis.....	52
BAB III METODE PENELITIAN		54
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	54
3.1.1	Variabel Penelitian	54
3.1.2	Definisi Operasional Variabel.....	55
3.2	Populasi dan Sampel.....	58
3.2.1	Populasi.....	58
3.2.2	Sampel.....	58
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	59
3.3.1	Data Primer	59
3.3.2	Data Sekunder	59
3.4	Metode Pengumpulan Data	59
3.5	Metode Analisis.....	61
3.5.1	Uji Instrumen.....	61
3.5.2	Uji Asumsi Klasik	62
3.5.3	Analisis Regresi Linier Berganda.....	64
3.5.4	Uji Hipotesis.....	65
BAB IV HASIL DAN ANALISIS		67
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	67
4.1.1	Deskripsi Umum Avoskin.....	67
4.1.2	Deskripsi Umum Responden.....	68
4.2	Analisis Deskriptif Variabel.....	75
4.3	Analisis Data	80
4.3.1	Uji Instrumen.....	80
4.3.2	Uji Asumsi Klasik	84
4.3.3	Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	92
4.3.4	Uji Hipotesis.....	93
4.4	Interpretasi Hasil.....	95
4.4.1	Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	96
4.4.2	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	97
4.4.3	Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian	99
BAB V PENUTUP		101
5.1	Kesimpulan Hipotesis	101
5.2	Kesimpulan Masalah.....	102

5.3	Implikasi Teoritis.....	103
5.4	Implikasi Manajerial	103
5.5	Keterbatasan Penelitian.....	106
5.6	Saran	106
DAFTAR PUSTAKA		107
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....		113