

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 TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Kegunaan Penelitian	10
1.5 Sistematika Penulisan	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 Kualitas Produk.....	13
2.1.2 Desain Produk	15
2.1.3 Persepsi Harga.....	17
2.1.4 Iklan	19
2.1.5 Keputusan Pembelian.....	21
2.2 Hubungan antar variabel yang Diteliti	24
2.2.1 Hubungan Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian.....	24
2.2.2 Hubungan Desain Produk dengan Keputusan Pembelian.....	25
2.2.3 Hubungan Persepsi Harga dengan Keputusan Pembelian	26
2.2.4 hubungan Iklan dengan Keputusan Pembelian	26
2.3 Penelitian Terdahulu	27
2.4 Kerangka Pemikiran teoritis.....	30
BAB III METODE PENELITIAN.....	31

1.1 Variabel Penelitian dan Variabel operasional.....	31
3.1.1 Variabel Penelitian	31
3.1.2 Definisi Operasional.....	31
3.2 Populasi dan Sampel	33
3.2.1 Populasi	33
3.2.2 Sampel.....	33
3.3 Jenis dan Sumber data.....	34
3.4 Metode Pengumpulan Data	35
3.4.1 Angket	35
3.4.2 Studi kepustakaan.....	36
3.5 Metode Analisis Data	36
3.5.1 Analisis deskriptif	36
3.5.2 Uji Instrumen Data	37
3.5.2.1 Uji Validitas	37
3.5.2.2 Uji Reliabilitas	37
3.5.3 Uji Asumsi Klasik.....	37
3.5.3.1 Uji Normalitas.....	37
3.5.3.2 Uji Multikolinieritas	38
3.5.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	39
3.5.4 Analisis Regresi Linier Berganda	39
3.5.5 Pengujian Hipotesis (Uji Godness of Fit)	41
3.5.5.1 Uji Parsial (Uji Statistik t).....	41
3.5.5.2 Uji Simultan (Uji Statistik F)	41
3.5.5.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	43
4.1.1 Deskripsi Perusahaan	43
4.2 Gambaran Umum Responden	46
4.2.1 Persebaran Responden Berdasarkan Usia	47
4.2.2 Persebaran Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	48
4.2.3 Persebaran Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan	49
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian.....	50
4.3.1 Tanggapan Responden terhadap variabel Keputusan	52
Pembelian.	

4.3.2	Tanggapan Responden terhadap variabel Kualitas Produk.....	54
4.3.3	Tanggapan Responden terhadap variabel Desain Produk.....	56
4.3.4	Tanggapan Responden terhadap variabel Persepsi Harga	58
4.3.5	Tanggapan Responden terhadap variabel Iklan	60
4.4	Uji Instrumen Pengumpulan Data.....	62
4.4.1	Uji Validitas	62
4.4.2	Uji Reliabilitas	63
4.5	Uji Asumsi Klasik.....	64
4.5.1	Uji Normalitas.....	64
4.5.1.1	Analisis Grafik	65
4.5.1.2	Uji Kolmogorov smirnov	67
4.5.2	Uji Multikolineritas.....	68
4.5.3	Uji Heteroskedastisitas.....	69
3.5.3.1	Grafik Plot.....	69
4.6	Analisis Regresi Linier Berganda	70
4.7	Uji Hipotesis	71
4.7.1	Koefisien Determinasi (R^2).....	71
4.7.2	Uji Statistik (Uji F)	72
4.7.3	Uji Statistik t	73
4.8	Interpretasi Hasil	75
4.8.1	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	75
4.8.2	Pengaruh Desain produk terhadap Keputusan Pembelian	76
4.8.3	Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	77
4.8.4	Pengaruh Iklan terhadap Keputusan Pembelian.....	78
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		79
5.1	Kesimpulan	79
5.2	Saran.....	80
5.3	Implikasi Teoritis	81
5.4	Implikasi Manajerial	82
5.5	Keterbatasan Penelitian.....	84
5.6	Agenda Penelitian yang Akan Datang	85
DAFTAR PUSTAKA		86
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....		91