

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xv

DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	10
1.3.1 Tujuan Penelitian	10
1.3.2 Kegunaan Penelitian	10
1.4 Sistematika Penulisan	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 Keputusan Pembelian	12
2.1.2 Persepsi Harga	22
2.1.3 Kualitas Pelayanan	29
2.1.4 lokasi	32
2.2 Penelitian Terdahulu	35
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis	40
2.4 Hipotesis	41
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	42

3.1.1 Variabel Penelitian	42
3.1.2 Definisi Operasional	43
3.2 Populasi dan Penentuan Sampel	46
3.2.1 Populasi	46
3.2.2 Sampel	46
3.3 Jenis dan Sumber Data	48
3.3.1 Data Primer	48
3.3.2 Data Sekunder..	49
3.4 Metode Pengumpulan Data	49
3.5 Metode Analisis.....	50
3.6 Teknik Analisis Data	51
3.6.1 Kualitas Data.....	51
3.6.1.1 Uji Validitas	51
3.6.1.2 Reliabilitas	51
3.6.2 Uji Asumsi Klasik	52
3.6.2.1 Uji Multikolinearitas	52
3.6.2.2 Uji Heterokedastisitas	53
3.6.2.3 Uji Normalitas	53
3.6.3 Uji Regresi Berganda	54
3.6.3.1 Uji t	56
3.6.3.2 Uji F	57

3.6.3.3 Koefisien Determinan.....	57
-----------------------------------	----

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian	58
4.1.1 Deskripsi Perusahaan	58
4.1.2 Gambaran Umum Responden	59
4.1.2.1 Jenis Kelamin Responden	59
4.1.2.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia	60
4.1.2.3 Pekerjaan Responden	61
4.1.2.4 Pendapatan Responden.....	61
4.2 Analisis Hasil Penelitian	62
4.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	62
4.2.1.1 Uji Validitas	62
4.2.1.2 Uji Reliabilitas	63
4.2.2 Analisis Deskriptif	64
4.2.2.1 Jawaban Responden Mengenai Persepsi Harga	65
4.2.2.2 Jawaban Responden Mengenai Kualitas Pelayanan ...	67
4.2.2.3 Jawaban Responden Mengenai lokasi	69
4.2.2.4 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian	71
4.2.3 Uji Asumsi Klasik	73
4.2.3.1 Uji Normalitas	73
4.2.2.2 Uji Multikolinearitas	75

4.2.2.3 Uji Heteroskedastisitas	76
4.2.4 Uji Regresi Linear Berganda	78
4.2.5 Uji <i>Goodness of Fit</i>	79
4.2.4.1 Uji Kelayakan Model (Uji F)	79
4.2.4.2 Uji Determinasi (R^2)	80
4.2.4.3 Uji Parsial (Uji t)	81
4.3 Pembahasan	82
4.3.1 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian	82
4.3.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian..	83
4.3.3 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian	84
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	86
5.2 Keterbatasan Penelitian	87
5.3 Saran	87
5.4 Agenda Penelitian Mendatang.....	89
Daftar Pustaka	90
Lampiran – lampiran	93