

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	8
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	8
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	8
1.4 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Persepsi Harga.....	11
2.1.2 Promosi.....	17
2.1.3 Distribusi.....	24
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	29
2.2 Penelitian Terdahulu.....	40
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	40
2.3.1 Hubungan Persepsi Harga dengan Keputusan Pembelian... ..	40
2.3.2 Hubungan Promosi dengan Keputusan Pembelian.....	41
2.3.2 Hubungan Distribusi dengan Keputusan Pembelian.....	42

2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis	43
2.5 Hipotesis	44
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	45
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	45
3.1.1 Variabel Penelitian	45
3.1.2 Definisi Operasional Variabel	46
3.2 Populasi dan Sampel	48
3.2.1 Populasi	48
3.2.2 Sampel	48
3.3 Jenis dan Sumber Data	50
3.3.1 Jenis Data	50
3.3.2 Sumber Data	50
3.4 Sumber Data	50
3.4 Metode Pengumpulan Data	51
3.4.1 Kuesioner	51
3.4.2 Observasi	52
3.5 Teknik Analisis Data	52
3.6 Metode Analisis Data	53
3.6.1 Analisis Kuantitatif	53
3.6.1.1 Uji Validitas	53
3.6.1.2 Uji Reliabilitas	54
3.6.1.3 Analisis Angka Indeks	54
3.6.2 Uji Asumsi Klasik	56
3.6.2.1 Uji Normalitas	56
3.6.2.2 Uji Multikolinieritas	56
3.6.2.3 Uji Heteroskedastisitas	56
3.6.3 Analisis Regresi Linier Berganda	57
3.6.4 Uji Hipotesis	58
3.6.5.1 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	58
3.6.5.2 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji T) ..	59
3.6.5.3 Uji Koefisien Determinasi	59

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	60
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	60
4.2 Gambaran Umum Responden.....	62
4.2.1 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
4.2.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia	64
4.2.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pekerjaan	64
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian	65
4.3.1 Analisis Jawaban Responden Terhadap Variabel Persepsi Harga (X_1).....	66
4.3.2 Analisis Jawaban Responden Terhadap Variabel Promosi (X_2)	67
4.3.3 Analisis Jawaban Responden Terhadap Variabel Distribusi (X_3)	68
4.3.4 Analisis Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y)	69
4.4 Hasil Penelitian.....	71
4.4.1 Analisa Data Kuantitatif	71
4.4.1.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	71
4.5 Analisis Data.....	72
4.5.1 Uji Asumsi Klasik	72
4.5.1.1 Uji Normalitas	72
4.5.1.2 Uji Multikolinearitas	73
4.5.1.3 Uji Heteroskedastisitas.....	74
4.5.2 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	75
4.5.3 Pengujian Hipotesis Penelitian.....	76
4.5.3.1 Uji Signifikan Simultan (Uji F)	76
4.5.3.2 Uji Signifikan Pengaruh Parsial (Uji t).....	77
4.5.3.3 Koefisien Determinasi (R^2).....	78

4.6 Pembahasan	78
BAB V PENUTUP.....	82
5.1 Kesimpulan.....	82
5.2 Saran	85
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN-LAMPIRAN	