

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Persetujuan Skripsi	ii
Pengesahan Kelulusan Ujian	iii
Pernyataan Orisinalitas Skripsi	iv
Abstract	v
Abstrak	vi
Motto dan Persembahan	vii
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi	x
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar	xv
Daftar Lampiran	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Kegunaan Penelitian	10
1.5 Sistematika Penulisan	10
BAB II TELAAH PUSTAKA	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 Pemasaran	12
2.1.2 Perilaku Konsumen	13

2.1.3 Keputusan Pembelian	14
2.1.4 Persepsi Harga	16
2.1.5 Promosi	20
2.1.6 Desain Produk	25
2.1.7 Kualitas Produk	31
2.2 Penelitian Terdahulu	35
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis	37
2.4 Hipotesis	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	40
3.1 Variabel Penelitian	40
3.2 Definisi Operasional	41
3.3 Populasi dan Sampel	43
3.4 Jenis dan Sumber Data	44
3.5 Metode Pengumpulan Data	45
3.6 Metode Analisis Data	46
3.6.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	46
3.6.2 Uji Asumsi Klasik	47
3.6.3 Analisis Regresi Linear Berganda	49
3.6.4 Uji Hipotesis	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	55
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	55

4.1.1 Profil Perusahaan	55
4.1.2 Gambaran Umum Responden	57
4.2 Analisis Indeks Jawaban Responden Per Variabel	63
4.3 Analisis Data	72
4.3.1 Uji Instrumen Data	72
4.3.2 Uji Asumsi Klasik	75
4.3.3 Analisis Regresi Linier Berganda	82
4.3.4 Uji <i>Goodness of Fit</i>	84
4.4 Pembahasan	89
BAB V PENUTUP	96
5.1 Kesimpulan	96
5.2 Rekomendasi	99
5.3 Keterbatasan Penelitian	100
5.4 Agenda Penelitian Mendatang	101
DAFTAR PUSTAKA	103
DAFTAR LAMPIRAN	107