

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	8
1.3.1 Tujuan Penelitian	8
1.3.2Kegunaan Penelitian	8
1.4 Sistematika Penulisan	9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Perilaku Konsumen	11
2.1.2 Konsep Keputusan Pembelian	13
2.1.3 Tahapan Keputusan Pembelian	14
2.2 Persepsi Harga.....	16
2.2.1 Konsep Persepsi Harga	16
2.2.2 Hubungan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	17
2.3 Kualitas Pelayanan	18
2.3.1 Konsep Kualitas Pelayanan	18
2.3.2 Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian	20
2.4 Promosi	21
2.4.1 Konsep Promosi	21
2.4.2 Hubungan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	23
2.5 Lokasi	24
2.5.1 Konsep Lokasi	24
2.5.2 Hubungan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian	26

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	30
3.1.1 Variabel Penelitian	30
3.1.2 Definisi Operasional	31
3.2 Skala Pengukuran Variabel	34
3.3 Penentuan Populasi dan Sampel	35

3.3.1 Populasi	35
3.3.2 Sampel	35
3.4 Jenis dan Sumber Data	36
3.4.1 Data Primer	37
3.4.2 Data Sekunder..	37
3.5 Metode Pengumpulan Data	37
3.6 Teknik Pengolahan Data	38
3.7 Teknik Analisis Data	39
3.7.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	39
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	40
3.7.3 Uji Analisis Regresi Berganda	42
3.7.4 Pengujian Hipotesis	43

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian	45
4.1.1 Deskripsi Perusahaan	45
4.1.2 Gambaran Umum Responden	45
4.1.2.1 Responden Menurut Jenis Kelamin	45
4.1.2.2 Responden Menurut Usia	46
4.1.2.3 Responden Menurut Pekerjaan	47
4.2 Analisis Deskriptif Variabel	48
4.2.1 Tanggapan Responden Mengenai Persepsi Harga	49
4.2.2 Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Pelayanan	51
4.2.3 Tanggapan Responden Mengenai Promosi	54

4.2.4	Tanggapan Responden Mengenai Lokasi	56
4.2.5	Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian.....	58
4.3	Analisis Data	59
4.3.1	Uji Validitas.....	60
4.3.2	Uji Reliabilitas.....	61
4.3.3	Uji Asumsi Klasik.....	62
4.3.3.1	Uji Multikolinieritas	62
4.3.3.2	Uji Heteroskedastisitas	63
4.3.3.3	Uji Normalitas	64
4.3.4	Analisis Regresi Linear Berganda	65
4.3.5	Pengujian Hipotesis	66
4.3.5.1	Uji Statistik t	67
4.2.4.2	Uji Statistik F.....	69
4.3.6	Koefisien Determinasi	70
4.4	Pembahasan	71
4.4.1	Pengaruh Perpsepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian	72
4.4.2	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian..	72
4.4.3	Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian	73
4.4.4	Pengaruh Lokasiterhadap Keputusan Pembelian	74
 BAB V PENUTUP		
5.1	Kesimpulan.....	75
5.2	Keterbatasan Penelitian	76
5.3	Saran.....	76

5.3.1 Saran Untuk Perusahaan	76
5.3.2 Saran Untuk Penelitian Mendatang	78
Daftar Pustaka	80
Lampiran – lampiran	82