

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN .....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
ABSTRAK .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
<b>BAB I    PENDAHULUAN</b>	
1.1    Latar Belakang Masalah .....	1
1.2    Rumusan Masalah .....	14
1.3    Tujuan Dan Manfaat Penelitian	
1.3.1    Tujuan Penelitian .....	15
1.3.2    Manfaat Penelitian .....	16
1.4    Sistematikan Penulisan .....	16
<b>BAB II    TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1    Landasan Teori .....	19
2.1.1    Arti Pemasaran .....	19
2.1.2    Perilaku Konsumen .....	20
2.1.3    Keputusan Pembelian Konsumen .....	29
2.1.4    Proses Keputusan Pembelian .....	30
2.1.5    Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen	
.....	31
2.1.5.1    Iklan .....	32

2.1.5.2	Merek .....	36
2.1.5.3	Persepsi Harga .....	38
2.2	Telaah Hubungan Variabel .....	40
2.2.1	Iklan dan Keputusan Pembelian .....	40
2.2.2	Merek dan Keputusan Pembelian .....	41
2.2.3	Persepsi Harga dan Keputusan Pembelian .....	42
2.2.4	Penelitian Terdahulu .....	44
2.3	Kerangka Pemikiran .....	45
2.4	Hipotesis .....	46
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>		
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	47
3.1.1	Variabel Penelitian .....	47
3.1.2	Definisi Operasional Dan Indikator .....	47
3.2	Populasi Dan Sampel .....	49
3.2.1	Populasi Penelitian .....	49
3.2.2	Sampel Penelitian .....	49
3.3	Jenis Dan Sumber Data .....	51
3.4	Metode Pengumpulan Data .....	52
3.5	Metode Analisis .....	54
3.5.1	Analisis Angka Indeks .....	54
3.5.2	Uji Validitas .....	55
3.5.3	Uji Reliabilitas .....	56
3.5.4	Uji Asumsi Klasik .....	56
3.5.5	Analisis Regresi Linier Berganda .....	58
3.5.6	Uji Hipotesis .....	59
3.5.6.1	Uji F .....	59
3.5.6.2	Uji t .....	60
3.5.6.3	Koefisien Determinasi .....	61
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>		
4.1	Gambaran Umum Responden .....	62
4.1.1	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	62
4.1.2	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia .....	63
4.1.3	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	64
4.1.4	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan .....	65

4.1.5	Gambaran Umum Berdasarkan Lamanya Merokok .....	66
4.2	Analisis Data Dan Pembahasan .....	67
4.2.1	Analisis Angka Indeks Jawaban Responden per Variabel	67
4.2.1.1	Analisis Indeks Jawaban Responden Variabel Iklan 69	
4.2.1.2	Analisis Indeks Jawaban Responden Variabel Merek .....	70
4.2.1.3	Analisis Indeks Jawaban Responden Variabel Persepsi Harga .....	72
4.2.1.4	Analisis Indeks Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian .....	73
4.2.2	Uji validitas .....	75
4.2.3	Uji Reliabilitas .....	76
4.2.4	Uji Asumsi Klasik .....	77
4.2.4.1	Uji Normalitas .....	77
4.2.4.2	Uji Heteroskedastisitas .....	78
4.2.4.3	Uji Multikolinieritas .....	79
4.2.5	Analisis Regresi Linier Berganda .....	80
4.2.6	Uji Hipotesis .....	82
4.2.6.1	Uji F (Kelayakan Model) .....	82
4.2.6.2	Uji T .....	82
4.2.6.3	Koefisien Determinasi .....	84
4.2.7	Pembahasan .....	85
4.2.7.1	Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian 86	
4.2.7.2	Pengaruh Merek Terhadap Keputusan Pembelian 87	
4.2.7.3	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	88

BAB V	PENUTUP	
5.1	Kesimpulan .....	90
5.2	Saran .....	92
5.1.1	Saran Untuk Produk Gudang Garam .....	92
5.1.2	Saran Untuk Penelitian Mendatang .....	93
DAFTAR PUSTAKA	.....	94
LAMPIRAN-LAMPIRAN	.....	97