

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
<i>ABTRACT</i>	vi
ABTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	10
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	11
1.3.1 Tujuan Penelitian	11
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	11
1.4. Sistematika Penulisan	12
 BAB II TELAAH PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori	14

2.1.1.	Pengertian Pemasaran.....	14
2.1.2.	Kemantapan Keputusan Pembelian.....	15
2.1.3.	Kualitas Produk	24
2.1.3.1	Hubungan Kualitas Produk dengan Kemantapan Keputusan Pembelian.....	27
2.1.4.	Persepsi Harga	28
2.1.4.1	Hubungan Persepsi Harga dengan Kemantapan Keputusan Pembelian.....	31
2.1.5.	Kestrategisan Lokasi.....	33
2.1.5.1	Hubungan Kestrategisan Lokasi dengan Kemantapan Keputusan Pembelian.....	35
2.2.	Penelitian Terdahulu	36
2.3.	Kerangka Pemikiran Teoritis	39
2.4.	Hipotesis.....	40
BAB III	METODE PENELITIAN	
3.1.	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	41
3.1.1.	Variabel Penelitian	41
3.1.2.	Definisi Operasional Variabel	42
3.2.	Populasi dan Sampel	44
3.2.1.	Populasi	44
3.2.2.	Sampel	44
3.3.	Jenis dan Sumber Data	46
3.4.	Metode Pengmpulan Data	47

3.5.	Metode Analisis Data	48
3.5.1.	Uji Kualitatif.....	48
3.5.2.	Uji Kuantitatif.....	49
3.5.3.	Uji Analisis Data	49
3.5.3.1	Uji Validitas.....	49
3.5.3.2	Uji Reliabilitas	50
3.5.4.	Uji Asumsi Klasik.....	50
3.5.4.1.	Uji Multikolonieritas.....	51
3.5.4.2.	Uji Normalitas.....	51
3.5.4.3	Uji Heteroskedastisitas	52
3.5.5.	Analisis Regresi Linier Berganda	53
3.5.6.	Uji Hipotesis	54
3.5.6.1.	Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t).....	54
3.5.6.2.	Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	55
3.5.6.3.	Koefisien Determinasi (R^2).....	56
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN	
4.1.	Deskripsi Objek Penelitian.....	57
4.2.	Gambaran Umum Responden	58
4.1.1.	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
4.1.2.	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	59
4.1.3.	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	60

4.3.	Anallisis Deskripsi Variabel.....	62
4.3.1.	Deskripsi Variabel Kualitas Produk	63
4.3.2.	Deskripsi Variabel Persepsi Harga	66
4.3.3.	Deskripsi Variabel Kestrategisan Lokasi	69
4.3.4.	Deskripsi Variabel Kemantapan Keputusan Pembelian	72
4.4.	Analisis Data	74
4.4.1.	Uji Validitas dan Reliabilitas	74
4.4.1.1	Uji Validitas	74
4.4.1.2	Uji Reliabilitas.....	76
4.4.2.	Uji Asumsi Klasik	77
4.4.2.1.	Uji Multikolonieritas	77
4.4.2.2.	Uji Normalitas	78
4.4.2.3.	Uji Heteroskedastisitas	81
4.4.3.	Analisis Regresi Linier Berganda.....	83
4.4.4.	Pengujian Hipotesis	84
4.4.4.1.	Uji t.....	84
4.4.4.2.	Uji F.....	87
4.4.4.3.	Koefisien Determinasi (R^2)	88
4.5.	Pembahasan	89
BAB V	PENUTUP	
5.1.	Kesimpulan	92
5.2.	Keterbatasan Penelitian	94

5.3. Saran.....	94
5.3.1. Bagi Perusahaan	94
5.3.2 Saran Untuk Peneliti Selanjutnya.....	95
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN	100