

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	9
1.3.1 Tujuan Penelitian	9
1.3.2 Kegunaan Penelitian	10
1.4 Sistematika Penulisan	10

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 Keputusan Pembelian	12
2.1.2 Harga	22
2.1.3 Lokasi	31
2.1.4 Kualitas Produk	37
2.2 Penelitian Terdahulu	40
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis	42

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	43
3.1.1 Variabel Penelitian	43
3.1.2 Definisi Operasional	43
3.2 Populasi dan Penentuan Sampel	44
3.2.1 Populasi	44
3.2.2 Sampel	44
3.4 Jenis dan Sumber Data	46
3.4.1 Data Primer	46
3.4.2 Data Sekunder..	46
3.5 Metode Pengumpulan Data	46
3.6 Teknik Pengolahan Data	47
3.7 Teknik Analisis Data	47
3.7.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	48
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	49

3.7.2.1 Uji Normalitas Data	50
3.7.2.2 Uji Multikolinearitas	51
3.7.2.3 Uji Heterokedastisitas	52
3.7.3 Uji Regresi Berganda	53
3.7.4 Pengujian Hipotesis	54

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian	57
4.1.1 Deskripsi Perusahaan	57
4.1.2 Gambaran Umum Responden	58
4.1.2.1 Gambaran Umum Umur Responden	59
4.1.2.2 Gambaran Umum Jenis Kelamin Responden	60
4.1.2.2 Gambaran Umum Pekerjaan Responden	60
4.1.2.2 Gambaran Umum Pendidikan Terakhir Responden	61
4.1.2.2 Gambaran Umum Pendapatan Responden	62
4.1.2.2 Gambaran Umum Pengeluaran Responden	64
4.2 Analisis Hasil Penelitian	65
4.2.1 Analisis Deskriptif	65
4.2.2.1 Jawaban Responden Mengenai Persepsi Harga	66
4.2.2.2 Jawaban Responden Mengenai Lokasi	70
4.2.2.3 Jawaban Responden Mengenai Kualitas Produk	73
4.2.2.4 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian	76
4.2.2 Uji Validitas dan Reliabilitas	80
4.2.1.2 Uji Validitas	80

4.2.1.2 Uji Reliabilitas	81
4.2.3 Uji Asumsi Klasik	82
4.2.3.1 Uji Normalitas	82
4.2.2.2 Uji Multikolinearitas	84
4.2.2.3 Uji Heteroskedastisitas	84
4.2.4 Uji Regresi Linear Berganda	86
4.2.5 Uji <i>Goodness of Fit</i>	87
4.2.4.1 Uji Kelayakan Model (Uji F)	87
4.2.4.2 Uji Determinasi (R^2)	88
4.2.4.3 Uji Parsial (Uji t)	89
4.3 Pembahasan	90
4.3.1 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian	90
4.3.2 Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian	91
4.3.3 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	92
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	93
5.2 Keterbatasan Penelitian	94
5.3 Saran	95
5.4 Agenda Penelitian Mendatang	96
Daftar Pustaka	98
Lampiran – lampiran	101