

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan	ii
Halaman Pengesahan	iii
Pernyataan Orisinalitas Skripsi	iv
Abstrak	v
Abstract	vi
Motto dan Persembahan	vii
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi	xii
Daftar Tabel	xvi
Daftar Gambar	xviii
Daftar Lampiran	xix

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Penulisan	7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Pemasaran	9

2.1.2 Keputusan Pembelian.....	12
2.1.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	15
2.2 Penelitian Terdahulu.....	27
2.3 Kerangka Pikir	29
2.4 Hipotesis.....	29
2.5 Dimensional Dari Variabel.....	30

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	33
3.1.1 Variabel Penelitian.....	33
3.1.2 Definisi Operasional Variabel.....	33
3.2 Populasi dan Sampel	35
3.2.1 Populasi.....	35
3.2.2 Sampel.....	36
3.3 Sumber Data	38
3.4 Metode Pengumpulan Data	38
3.5 Teknik Analisis Data.....	39
3.6 Metode Analisis Data.....	40
3.6.1 Uji Alat Ukur	40
3.6.2 Analisis Angka Indeks	41
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	43
3.6.4 Analisis Regresi Berganda	45

3.6.5 Uji F	46
3.6.6 Uji T	46
3.6.7 Koefisien Determinasi.....	47

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Obyek Penelitian	48
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	48
4.1.2 Profil Responden	48
4.2 Analisis Data dan Interpretasi Hasil	52
4.2.1 Deskripsi Jawaban Variabel	52
4.2.2 Uji Validitas dan Reliabilitas	62
4.2.3 Uji Asumsi Klasik	64
4.2.4 Analisis Regresi Liner Berganda	68
4.2.5 Pengujian Model	68
4.3 Pembahasan	71
4.3.1 Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian	71
4.3.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	72
4.3.3 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	72

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan	74
5.2 Implikasi Teoritis.....	75
5.3 Implikasi Manajerial.....	76
5.4 Keterbatasan Penelitian	78
5.5 Agenda Penelitian Mendatang	78

DAFTAR PUSTAKA.....	79
LAMPIRAN.....	81