

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
ABSTRAK .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR .....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
<b>BAB I</b> <b>PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	14
1.3 Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian.....	16
1.4 Sistematika Penulisan.....	17
<b>BAB II</b> <b>TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Landasan Teori .....	19
2.1.1 Manajemen Pemasaran .....	19
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran.....	19
2.1.2 Keputusan Pembelian.....	20
2.1.2.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	20

2.1.2.2 Jenis-jenis Perilaku Keputusan Pembelian ...	23
2.1.3 Kualitas Produk .....	26
2.1.3.1 Pengertian Produk .....	26
2.1.3.2 Tingkatan Produk .....	27
2.1.3.3 Hubungan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian .....	29
2.1.4 Kesesuaian Harga .....	30
2.1.4.1 Pengertian Harga .....	30
2.1.4.2 Faktor-Faktor yang Dipertimbangkan dalam Penetapan Harga .....	32
2.1.4.3 Strategi Penyesuaian Harga .....	33
2.1.4.4 Hubungan Kesesuaian Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	34
2.1.5 Intensitas Promosi .....	35
2.1.5.1 Pengertian Promosi.....	35
2.1.5.2 Tujuan Promosi .....	36
2.1.5.3 Hubungan Intensitas Promosi terhadap Keputusan Pembelian .....	39
2.2 Penelitian Terdahulu .....	39
2.3 Kerangka Pemikiran.....	42
2.4 Hipotesis.....	43
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN</b>
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	44

3.2 Penentuan Sampel .....	46
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	48
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	49
3.5 Metode Analisis .....	49
3.5.1 Uji Validitas .....	49
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	50
3.5.3 Uji Asumsi Klasik .....	51
1 Uji Normalitas .....	51
2 Uji Heteroskedastisitas .....	52
3 Uji Multikolonieritas .....	52
3.5.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	53
3.5.5 Uji Goodness of Fit.....	54
3.5.5.1 Uji F .....	54
3.5.5.2 Uji t .....	55
3.5.5.3 Koefisien Determinasi ( $R_{\text{Square}}$ ) .....	57
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b>
4.1 Karakteristik Responden.....	58
4.1.1 Distribusi Responden Menurut Jenis Kelamin.....	58
4.1.2 Distribusi Responden Menurut Usia .....	59
4.1.3 Deskripsi Responden Menurut Pendidikan Terakhir	61
4.1.4 Deskripsi Responden Menurut Pekerjaan.....	62
4.1.5 Deskripsi Responden Menurut Pendapatan.....	63

4.1.6 Deskripsi Responden Menurut Lama Menjadi Perokok	
Aktif .....	65
4.2 Analisa Index Jawaban Konsumen .....	66
4.2.1 Analisa Index Jawaban Kualitas Produk .....	67
4.2.2 Analisa Index Jawaban Kesesuaian Harga .....	70
4.2.3 Analisa Index Jawaban Intensitas Promosi .....	73
4.2.4 Analisa Index Jawaban Keputusan Pembelian .....	76
4.3 Metode Analisis Data .....	79
4.3.1 Uji Reliabilitas .....	79
4.3.2 Uji Validitas .....	80
4.3.3 Uji Asumsi Klasik .....	82
4.3.3.1 Uji Normalitas .....	82
4.3.3.2 Uji Multikolonieritas .....	84
4.3.3.3 Uji Heteroskedastisitas .....	86
4.4 Analisis Linear Berganda .....	87
4.5 Uji Goodness of Fit .....	90
4.5.1 Hipotesis Secara Simulta (Uji F) .....	90
4.5.2 Uji Koefisien Determinasi ( $R_{\text{Square}}$ ) .....	91
4.5.3 Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t) .....	92
4.6 Interpretasi Hasil dan Pembahasan .....	94
4.6.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	95

	4.6.2 Pengaruh Kesesuaian Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	96
	4.6.3 Pengaruh Intensitas Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	98
BAB V	PENUTUP	
	5.1 Simpulan .....	100
	5.2 Keterbatasan Penelitian.....	101
	5.3 Saran-saran.....	101
	DAFTAR PUSTAKA .....	106
	LAMPIRAN.....	109

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Top Brand Index Kategori Rokok Kretek Fiter 2009-2011 .....	9
Tabel 1.2 Pangsa Pasar Rokok 2009-2011 .....	11
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	40
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	58
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	60
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	61
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	62
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan .....	64
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Perokok Aktif.....	65
Tabel 4.7 Nilai Index Variabel Kualitas Produk.....	67
Tabel 4.8 Analisis Kualitatif Variabel Kualitas Produk .....	68
Tabel 4.9 Nilai Index Variabel Kesesuaian Harga.....	70
Tabel 4.10 Analisis Kualitatif Variabel Kesesuaian Harga .....	71
Tabel 4.11 Nilai Index Variabel Intensitas Promosi .....	73
Tabel 4.12 Analisis Kualitatif Variabel Intensitas Promosi.....	74
Tabel 4.13 Nilai Index Variabel Keputusan Pembelian.....	76
Tabel 4.14 Analisis Kualitatif Variabel Keputusan Pembelian .....	77
Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas.....	80
Tabel 4.16 Hasil Signifikansi Uji Validitas .....	81
Tabel 4.17 Pengujian Multikolonieritas.....	85

Tabel 4.18 Hasil Regresi Berganda.....	87
Tabel 4.19 Hasil Pengujian Model Uji F .....	90
Tabel 4.20 Hasil Koefisien Determinasi .....	91
Tabel 4.21 Ringkasan Hasil Uji t.....	92

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian.....	42
Gambar 4.1 Normal <i>Probability Plot</i> .....	83
Gambar 4.2 Grafik Histogram .....	84
Gambar 4.3 Hasil Pengujian Heteroskedastisitas .....	86



## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
LAMPIRAN 1. Keusioner .....	109
LAMPIRAN 2. Tabulasi Data .....	116
LAMPIRAN 3. Uji Reliabilitas .....	119
LAMPIRAN 4. Uji Validitas .....	123
LAMPIRAN 5. Uji Normalitas .....	125
LAMPIRAN 6. Uji Multikolinearitas .....	126
LAMPIRAN 7. Uji Heteroskedastisitas .....	127
LAMPIRAN 8. Uji Regresi Berganda .....	128