

## DAFTAR ISI

	Halaman
JUDUL .....	i
PENGESAHAN SKRIPSI .....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
ABSTRAK .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
BAB I : PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan dan kegunaan Penelitian .....	7
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	7
1.3.2 Kegunaan Penelitian .....	8
1.4 Sistematika Penulisan .....	8
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA .....	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	10
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran .....	10
2.1.1.2 Bauran Pemasaran .....	11
2.1.2 Produk .....	12

2.1.2.1	Pengertian Produk .....	12
2.1.2.2	Tingkatan Produk .....	13
2.1.3	Persepsi Harga .....	15
2.1.3.1	Pengertian Harga .....	15
2.1.3.2	Faktor-Faktor yang Dipertimbangkan dalam Penetapan Harga .....	16
2.1.4	Promosi .....	17
2.1.4.1	Pengertian Promosi .....	17
2.1.4.2	Tujuan Promosi .....	18
2.1.5	Distribusi .....	21
2.1.5.1	Pengertian Distribusi .....	21
2.1.5.2	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perusahaan dalam Menentukan Saluran Distribusi .....	22
2.1.6	Keputusan Pembelian .....	24
2.1.6.1	Pengertian Keputusan Pembelian .....	24
2.1.6.2	Jenis Keputusan Membeli Konsumen .....	24
2.1.7	Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	25
2.1.8	Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian .....	26
2.1.9	Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian .....	27
2.1.10	Pengaruh Distribusi terhadap Keputusan Pembelian .....	28
2.2	Penelitian Terdahulu .....	29
2.3	Kerangka Pemikiran .....	32
2.4	Hipotesis .....	34
<b>BAB III : METODE PENELITIAN .....</b>		<b>35</b>
3.1	Variabel Penelitian Dan Definisi.....	35
3.1.1	Variabel Penelitian .....	35
3.2.1	Definisi Operasional Variabel .....	36
3.2	Penentuan Sampel .....	39

3.3	Jenis dan Sumber Data .....	41
3.4	Metode Pengumpulan Data .....	42
3.5	Metode Analisis .....	42
3.5.1	Uji Validitas dan Realibilitas .....	43
3.5.1.1	Uji Realibilitas .....	43
3.5.1.2	Uji Validitas .....	43
3.5.2	Uji Asumsi Klasik .....	44
3.5.2.1	Uji Normalitas .....	44
3.5.2.2	Uji Multikolinearitas.....	45
3.5.2.3	Uji Heterokedastisitas .....	45
3.5.3	Analisis Regresi .....	46
3.5.4	Alat Analisis .....	47
3.5.4.1	Uji F .....	47
3.5.4.2	Uji t .....	48
3.5.4.3	Koefisien Determinasi .....	48
BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN .....		49
4.1	Karakteristik Responden .....	49
4.1.1	Distribusi Responden Menurut Jenis Kelamin .....	49
4.1.2	Distribusi Responden Menurut Usia .....	50
4.1.3	Distribusi Responden Menurut Pendidikan Terakhir .....	51
4.1.4	Distribusi Responden Menurut Pekerjaan .....	53
4.2	Metode Analisis Data .....	54
4.2.1	Uji Validitas .....	54
4.2.1.1	Uji Validitas Variabel Produk .....	55
4.2.1.2	Uji Validitas Variabel Persepsi Harga .....	55
4.2.1.3	Uji Validitas Variabel Promosi .....	55
4.2.1.4	Uji Validitas Variabel Distribusi .....	56

4.2.1.5	Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian .....	56
4.2.2	Uji Reliabilitas .....	57
4.2.3	Uji Asumsi Klasik .....	57
4.2.3.1	Uji Normalitas .....	58
4.2.3.2	Uji Multikolinearitas .....	59
4.2.3.3	Uji Heteroskedastisitas .....	61
4.3	Analisis Regresi Berganda .....	62
4.3.1	Uji t .....	66
4.3.2	Uji F .....	69
4.3.3	Koefisien Determinasi .....	70
4.4	Interpretasi Hasil dan Pembahasan .....	71
4.4.1	Pengaruh variabel produk terhadap keputusan pembelian .....	71
4.4.2	Pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian .....	72
4.4.3	Pengaruh variabel promosi terhadap keputusan pembelian ....	73
BAB V : PENUTUP .....		76
5.1	Kesimpulan .....	76
5.2	Saran .....	78
DAFTAR PUSTAKA .....		80
LAMPIRAN .....		82