

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
<i>ABTRACT</i>	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Kegunaan Penelitian.....	7
1.5 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Pemasaran.....	9
2.1.2 Keputusan Pembelian.....	10
2.1.2.1 Tahap-tahap dalam proses keputusan pembelian.....	11
2.1.2.2 Peranan dalam proses keputusan pembelian.....	14
2.1.3 Kualitas Pelayanan.....	16
2.1.3.1 Pengertian Kualitas pelayanann.....	16
2.1.3.2 Unsur-unsur Kualitas Pelayanan.....	17
2.1.4 Harga.....	18

2.1.4.1 Pengertian Harga.....	18
2.1.4.2 Strategi penetapan harga.....	19
2.1.4.3 Strategi penyesuaian harga.....	21
2.1.5 Lokasi.....	22
2.1.6 Gambaran umum PT Honda.....	24
2.2 Penelitian Terdahulu.....	26
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	35
2.4 Hipotesis.....	35
2.4.1 Hipotesis Kualitas Pelayanan.....	35
2.4.2 Hipotesis Harga.....	39
2.4.3 Hipotesis Lokasi.....	41
BAB III METODE PENELITIAN.....	43
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	43
3.1.1 Variabel Penelitian.....	43
3.1.2 Definisi Operasional.....	44
3.1.2.1 Variabel terikat (dependent variable)	44
3.1.2.2 Variabel tidak terikat (independent variable).....	45
3.2 Populasi dan Sampel.....	47
3.2.1 Populasi.....	47
3.2.2 Sampel.....	47
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	50
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	50
3.5 Metode Analisis Data.....	51
3.5 Analisis Kuantitatif.....	52
3.5.1 Uji Reabilitas.....	52
3.5.2 Uji Validitas.....	52
3.6 Uji Asumsi Klasik.....	53
3.6.1 Uji Multikolinieritas.....	53

3.6.2 Uji Normalitas.....	54
3.6.3 Uji Heteroskedastisitas.....	54
3.6.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	55
3.6.5 Uji <i>Godness of Fit</i>	56
3.6.6 Uji F.....	56
3.6.7 Uji t.....	57
3.6.8 Koefisien determinasi(R^2).....	58
BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	59
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	59
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	59
4.1.2 Gambaran Umum Produk.....	60
4.1.3 Gambaran Umum Responden.....	63
4.1.3.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Umur.....	63
4.1.3.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	64
4.1.3.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	65
4.1.3.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Status Pernikahan.....	67
4.1.3.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan.....	67
4.2 Analisis Data dan Pembahasan.....	69
4.2.1 Uji Reabilitas.....	69
4.2.2 Uji Validitas.....	70
4.2.3 Analisis Angka Indeks Jawaban Responden per Variabel.....	75
4.2.3.1 Analisis Angka Indeks Jawaban Responden Tentang Kualitas Pelayanan.....	76
4.2.3.2 Analisis Angka Indeks Jawaban Responden Tentang Harga.....	82
4.2.3.3 Analisis Angka Indeks Jawaban Responden Tentang Lokasi.....	89
4.2.3.4 Analisis Angka Indeks Jawaban Responden Tentang Keputusan Pembelian.....	95
4.3 Uji Asumsi Klasik.....	102
4.3.1 Uji Multikolinieritas.....	102
4.3.2 Uji Normalitas.....	104

4.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	106
4.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	108
4.5 Uji t.....	111
4.6 Uji <i>Godness of Fit</i>	112
4.6.1 Uji F.....	112
4.6.1 4.6.2 Koefisien determinasi (R^2).....	114
4.7 Interpretasi Hasil.....	115
BAB V PENUTUP.....	117
5.1 Kesimpulan Hasil Penelitian.....	117
5.1.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	118
5.1.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	119
5.1.3 Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian.....	120
5.2 Saran Kebijakan untuk Perusahaan.....	121
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	123
5.4 Saran untuk Penelitian yang Akan Datang.....	123
DAFTAR PUSTAKA.....	124
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	127