

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESEHAN KELULUSAN UJIAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTO DAN PERSEMBAHAN	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Kegunaan Penelitian	14
1.5 Sistematika Penulisan	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1 Landasan Teori	16
2.1.1 Pengertian Pemasaran	16
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	17
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	18
2.1.4 Kualitas Produk.....	21
2.1.5 Harga	24
2.1.6 Promosi	27
2.1.7 Layanan Purna Jual.....	30
2.2 Penelitian Terdahulu	31
2.3 Hubungan Antara Variabel	34
2.3.1 Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian.....	34
2.3.2 Harga dan Keputusan Pembelian	35
2.3.3 Promosi dan Keputusan Pembelian	38
2.3.4 Layanan Purna Jual.....	39
2.4 Kerangka Berpikir.....	40
2.5 Hipotesis	41
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	43
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	43
3.1.1 Variabel Penelitian.....	43

3.1.2	Definisi Operasional Variabel.....	44
3.1.3	Skala Pengukuran.....	47
3.2	Populasi dan Sampel.....	47
3.2.1	Ukuran Populasi.....	47
3.2.2	Sampel.....	48
3.2.3	Teknik Pengambilan Sampel	49
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	49
3.3.1	Data Primer	49
3.3.2	Data Skunder.....	50
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	50
3.4.1	Kuesioner	50
3.4.2	Wawancara.....	51
3.4.3	Studi Pustaka	51
3.5	Metode Analisis Data.....	52
3.5.1	Analisis Data Kualitatif.....	52
3.5.2	Analisis Data Kuantitatif.....	52
3.5.2.1	Uji Validitas.....	53
3.5.2.2	Uji Reliabilitas.....	53
3.5.2.3	Analisis Regresi.....	54
3.5.2.4	Uji Asumsi Klasik	56
3.5.2.5	Uji Multikolinearitas	56
3.5.2.6	Uji Heteroskedastisitas	56
3.5.2.7	Uji Normalitas	57
3.5.3	Uji Hipotesis	58
3.5.3.1	Uji t.....	58
3.5.3.2	Koefisien Determinasi.....	60
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		61
4.1	Gambaran Umum	61
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan	61
4.1.2	Gambaran Umum Responden	64
4.1.2.1	Gambaran Umum Responden Menurut Jenis Kelamin	64
4.1.2.2	Gambaran Umum Responden Menurut Umur	65
4.1.2.3	Gambaran Umum Responden Menurut Tipe Motor	67
4.1.2.4	Gambaran Umum Responden Menurut Tahun Pembelian	68
4.2	Deskripsi Variabel.....	69
4.2.1	Deskripsi Variabel Kualitas Produk.....	69
4.2.2	Deskripsi Variabel Harga	71
4.2.3	Deskripsi Variabel Promosi	74
4.2.4	Deskripsi Layanan Purna Jual	77

4.2.5	Deskripsi Keputusan Pembelian.....	80
4.3	Analisis Data	83
4.3.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	83
4.3.1.1	Uji Validitas.....	83
4.3.1.2	Uji Reliabilitas.....	85
4.3.2.	Uji Asumsi Klasik	86
4.3.2.1	Uji Multikolonieritas	86
4.3.2.2	Uji Heteroskedastisitas	87
4.3.2.3	Uji Normalitas	88
4.3.3	Uji Hipotesis.....	90
4.3.3.1	Uji t.....	90
4.3.3.1.1	Variabel Kualitas Produk	91
4.3.3.1.2	Variabel Harga	92
4.3.3.1.3	Variabel Promosi.....	93
4.3.3.1.4	Variabel Layanan Purna Jual	93
4.3.4	Analisis Regresi Linier Berganda	94
4.3.5	Koefisien Determinasi.....	95
4.4	Pembahasan	96
4.4.1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	97
4.4.2	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	98
4.4.3	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	99
4.4.4	Pengaruh Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian	99
BAB V	PENUTUP.....	101
5.1	Simpulan.....	101
5.2	Keterbatasan	102
5.3	Saran.....	103
DAFTAR	PUSTAKA	105
LAMPIRAN	109