

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAKSI	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian	11
1.3.1 Tujuan Penelitian	11
1.3.2 Kegunaan Penelitian	12
1.4 Sistematika Penulisan	12
BAB II TELAAH PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	14
2.1.1 Kemantapan Keputusan Pembelian.....	14
2.1.2 Persepsi Harga	20
2.1.3 Kemenarikan Desain Produk.....	29
2.1.4 Kualitas Produk	34
2.2 Penelitian Terdahulu.....	36
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	39
2.4 Hipotesis	39
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	41
3.1.1 Variabel Penelitian.....	41
3.1.2 Definisi Operasional Variabel.....	42
3.2 Populasi dan Sampel	43
3.3 Jenis dan Sumber Data	45
3.4 Metode Pengumpulan Data	46
3.5 Metode Analisis Data	46
3.5.1 Uji Instrumen Pengumpulan Data.....	46
3.5.2 Uji Asumsi Klasik	47
3.5.2.1 Uji Multikolinearitas	48
3.5.2.2 Uji Heterokedastisitas	48
3.5.2.3 Uji Normalitas	49
3.5.3 Analisis Linear Berganda.....	50
3.5.4 Uji <i>Goodness of Fit</i>	51
3.5.4.1 Koefisien Determinasi (R^2)	52

3.5.4.2 Uji Kelayakan Model (Uji F)	52
3.5.4.3 Uji Parsial (Uji t)	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	55
4.1.1 Profil Perusahaan	55
4.2 Deskripsi Responden	56
4.2.1 Jenis Kelamin	56
4.2.2 Umur Responden	56
4.2.3 Pekerjaan Responden	57
4.3 Analisis Data	58
4.3.1 Analisis Deskriptif Variabel	58
4.3.2 Analisis Deskriptif Persepsi Harga	59
4.3.3 Analisis Deskriptif Kemenarikan Desain Produk	61
4.3.4 Analisis Deskriptif Kualitas Produk	63
4.3.5 Analisis Deskriptif Kemantapan Keputusan Pembelian	65
4.4 Hasil Uji Kualitas Data	68
4.4.1 Uji Validitas	68
4.4.2 Uji Reliabilitas	69
4.5 Hasil Pengujian Asumsi Klasik	70
4.5.1 Uji Normalitas	70
4.5.2 Uji Multikolinieritas	72
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas	73
4.6 Analisis Regresi Linier Berganda	75
4.7 Uji <i>Goodness of Fit</i>	77
4.7.1 Uji F (F-test)	77
4.7.2 Koefisien Determinasi (R^2)	78
4.7.3 Uji t (t-test)	78
4.8 Pembahasan	80
4.8.1 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kemantapan Keputusan Pembelian	81
4.8.2 Pengaruh Kemenarikan Desain Produk Terhadap Kemantapan Keputusan Pembelian	83
4.8.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kemantapan Keputusan Pembelian	85
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	87
5.2 Keterbatasan Penelitian	88
5.3 Saran Penelitian	89
5.3.1 Saran Untuk Perusahaan	89
5.3.2 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	90
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN-LAMPIRAN	93