

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|--|---------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI..... | iii |
| PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI | iv |
| MOTTO DAN PERSEMBAHAN..... | v |
| ABSTRACT | vi |
| ABSTRAKSI | vii |
| KATA PENGANTAR | viii |
| DAFTAR ISI | x |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiv |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 5 |
| 1.3 Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian | 6 |
| 1.3.1 Tujuan Penelitian | 6 |
| 1.3.2 Kegunaan Penelitian..... | 6 |
| 1.4 Sistematika Penulisan | 7 |
| | |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 8 |
| 2.1 Landasan Teori | 8 |
| 2.1.1 Keputusan Pembelian..... | 8 |
| 2.1.2 Tahap-Tahap Proses Keputusan Pembelian | 10 |
| 2.1.3 Aspek-Aspek Keputusan Membeli | 13 |
| 2.1.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian | 15 |
| 2.2 Kualitas Produk..... | 17 |
| 2.2.1 Dimensi Kualitas Produk | 18 |
| 2.2.2 Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk | 19 |
| 2.3 Harga | 23 |
| 2.3.1 Penetapan Harga | 25 |
| 2.3.2 Tujuan Penetapan Harga | 27 |
| 2.3.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penetapan Harga | 29 |
| 2.4 Promosi | 32 |
| 2.4.1 Bauran Promosi | 32 |
| 2.4.2 Tahap-Tahap Pelaksanaan Promosi | 34 |
| 2.5 Kerangka Pemikiran Teoritis..... | 38 |
| 2.6 Hipotesis..... | 38 |

| | |
|---|----|
| BAB III METODE PENELITIAN | 39 |
| 3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional | 39 |
| 3.1.1 Variabel Penelitian | 39 |
| 3.1.2 Definisi Operasional..... | 39 |
| 3.1.3 Penentuan Populasi dan Sampel | 40 |
| 3.1.3.1 Populasi..... | 40 |
| 3.1.3.2 Sampel..... | 41 |
| 3.2 Jenis dan Sumber Data | 42 |
| 3.3 Metode Pengumpulan Data..... | 43 |
| 3.4 Metode Analisis Data | 44 |
| 3.4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas..... | 44 |
| 3.4.2 Uji Asumsi Klasik..... | 46 |
| 3.4.3 Uji Normalitas..... | 47 |
| 3.4.4 Analisis Regresi Berganda..... | 48 |
| 3.4.5 Pengujian Hipotesis..... | 49 |
| | |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | 51 |
| 4.1 Deskripsi Objek Penelitian | 51 |
| 4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan | 51 |
| 4.1.2 Gambaran Umum Responden..... | 56 |
| 4.1.2.1 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 56 |
| 4.1.2.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia | 57 |
| 4.1.2.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pendidikan..... | 58 |
| 4.1.2.4 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pekerjaan..... | 59 |
| 4.2 Analisis Data | 60 |
| 4.2.1 Deskripsi Variabel Penelitian | 60 |
| 4.2.1.1 Analisis Indeks Jawaban Responden terha- dap Variabel Kualitas Produk..... | 60 |
| 4.2.1.2 Analisis Indeks Jawaban Responden terha- dap Variabel Harga | 62 |
| 4.2.1.3 Analisis Indeks Jawaban Responden terha- dap Variabel Promosi..... | 64 |
| 4.2.1.4 Analisis Indeks Jawaban Responden terha- dap Variabel Keputusan Pembelian..... | 66 |
| 4.2.2 Uji Kuesioner..... | 68 |
| 4.2.2.1 Uji Validitas | 68 |
| 4.2.2.2 Hasil Uji Reliabilitas..... | 69 |
| 4.2.3 Hasil Uji Asumsi Klasik..... | 70 |
| 4.2.3.1 Uji Normalitas | 70 |
| 4.2.3.2 Uji Multikolinearitas..... | 71 |
| 4.2.3.3 Uji Heteroskedastistas..... | 71 |
| 4.2.4 Hasil Analisis Regresi Berganda | 72 |

| | |
|--|--------|
| 4.2.4.1 Uji F..... | 73 |
| 4.2.4.2 Koefisien Determinasi | 74 |
| 4.2.5 Pengujian Hipotesis (uji t) | 74 |
| 4.3 Interpretasi Hasil..... | 76 |
| 4.3.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian | 76 |
| 4.3.2 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian..... | 77 |
| 4.3.3 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian .. | 78 |
| BAB V PENUTUP | 79 |
| 5.1 Kesimpulan | 79 |
| 5.2 Saran | 80 |
| 5.2.1 Saran untuk Perusahaan..... | 80 |
| 5.2.2 Saran untuk Penelitian Mendatang..... | 80 |
| DAFTAR PUSTAKA | 82 |
| LAMPIRAN – LAMPIRAN | 85 |