

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN .....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iv
ABSTRACT .....	v
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	11
1.3 Tujuan Penelitian .....	11
1.4 Manfaat Penelitian .....	12
1.5 Sistematika Penulisan .....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	14
2.1 Landasan Teori .....	14
2.1.1 Perilaku Konsumen .....	14
2.1.2 Keputusan Pembelian .....	17
2.1.3 Persepsi Harga .....	20

2.1.3.1 Hubungan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	21
2.1.4 Intensitas Promosi.....	24
2.1.4.1 Hubungan Intensitas Promosi terhadap Keputusan Pembelian .....	27
2.1.5 Kualitas Pelayanan.....	29
2.1.5.1 Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian .....	32
2.2 Kerangka Pemikiran.....	35
2.3 Hipotesis.....	36
BAB III METODE PENELITIAN .....	38
3.1 Varibel Penelitian.....	38
3.2 Populasi dan Sampel .....	39
3.2.1 Populasi.....	39
3.2.2 Sampel.....	39
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	40
3.3.1 Data Primer .....	40
3.3.2 Data Sekunder .....	41
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	41
3.4.1 Wawancara.....	41
3.4.2 Kuesioner .....	42
3.5 Uji Kelayakan Kuesioner .....	42
3.5.1 Uji Semantik.....	42
3.5.2 Uji Statistik.....	53
3.5.2.1 Uji Validitas.....	53
3.5.2.2 Uji Reliabilitas .....	54
3.6 Teknik Analisis .....	55
3.6.1 Angka Indeks.....	55

3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	55
3.6.2.1 Uji Normalitas .....	55
3.6.2.2 Uji Multikolinearitas.....	57
3.6.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	59
3.6.3 Uji Regresi Linear Berganda.....	60
3.6.4 Uji <i>Godness of Fit</i> .....	63
3.6.4.1 Uji Koefesien Determinasi ( $R^2$ ).....	64
3.6.4.2 Uji F .....	65
3.6.4.3 Uji Statistik T.....	65
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	69
4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	69
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	69
4.1.2 Gambaran Umum Responden .....	70
4.1.2.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	70
4.1.2.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	71
4.1.2.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	72
4.1.2.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian .....	73
4.2 Angka Indeks .....	73
4.2.1 Angka Indeks Variabel Persepsi Harga .....	73
4.2.2 Angka Indeks Variabel Intensitas Promosi.....	75
4.2.3 Angka Indeks Variabel Kualitas Pelayanan.....	76
4.2.4 Angka Indeks Variabel Keputusan Pembelian.....	77
4.3 Hasil Analisis Inferensial .....	78
4.3.1 Uji Asumsi Klasik .....	78
4.3.1.1 Uji Normalitas.....	78

4.3.1.2 Uji Multikolinearitas .....	80
4.3.1.3 Uji Heterokedastisitas.....	81
4.3.2 Uji Regresi Linear Berganda.....	83
4.3.3 Uji <i>Godness of Fit</i> .....	85
4.3.3.1 Uji Koefisien Determinasi (Uji $R^2$ ).....	86
4.3.3.2 Uji F.....	87
4.3.3.3 Uji Statistik T.....	87
BAB V PENUTUP .....	92
5.1 Simpulan Masalah Penelitian .....	92
5.2 Implikasi Teoritis .....	92
5.3 Implikasi Manajerial .....	95
5.4 Keterbatasan Penelitian .....	97
5.5 Saran untuk Penelitian Selanjutnya.....	98
DAFTAR PUSTAKA .....	99
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	103