

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	i
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	vii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
ABSTRACT	viii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	I
DAFTAR ISI	III
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	9
1.3 Pembatasan Masalah	10
1.4 Rumusan Masalah	10
1.5 Tujuan Penelitian	10
1.6 Manfaat Penelitian	11
1.7 Sistematika Penulisan	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	13
2.1 Tinjauan Pustaka	13
2.1.1 Pemasaran	13
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran	13
2.1.1.2 Manajemen Pemasaran	14
2.1.1.3 Pengertian Bauran Pemasaran	15
2.1.1.4 Unsur-Unsur Bauran Pemasaran	16
2.1.2 Kualitas Produk	17
2.1.2.1 Pengertian Produk	17
2.1.2.2 Pengertian Kualitas	17
2.1.2.3 Level Produk	19
2.1.2.4 Klasifikasi Produk	19
2.1.2.5 Dimensi Kualitas Produk	20
2.1.3 Harga	22

2.1.3.1	Definisi Harga.....	22
2.1.3.2	Kebijakan Harga	22
2.1.3.3	Strategi Penetapan Harga.....	24
2.1.3.4	Strategi Penyesuaian Harga	24
2.1.4	Promosi.....	26
2.1.4.1	Definisi Promosi	26
2.1.4.2	Bauran Promosi.....	27
2.1.5	Keputusan Pembelian	32
2.1.5.1	Pengertian Keputusan Pembelian	32
2.1.5.2	Peran Konsumen Dalam Keputusan Pembelian	32
2.1.5.3	Tahap-Tahap Dalam Proses Pengambilan Keputusan Membeli	33
2.2	Pengaruh antar variabel bebas terhadap variabel terikat.....	35
2.2.1	Pengaruh variabel kualitas produk terhadap variabel keputusan pembelian.....	35
2.2.2	Pengaruh variabel harga terhadap variabel keputusan pembelian	37
2.2.3	Pengaruh variabel promosi terhadap variabel keputusan pembelian.....	38
2.3	Penelitian Terdahulu	40
2.4	Kerangka Penelitian	49
2.5	Hipotesis	50
BAB III METODE PENELITIAN.....		51
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	51
3.1.1	Variabel Penelitian.....	51
3.1.2	Definisi Operasional Variabel.....	52
3.2	Populasi dan Sampel	54
3.2.1	Populasi.....	54
3.2.2	Sampel	54
3.3	Jenis dan Sumber Data	55
3.3.1	Data Primer	55
3.3.2	Data Sekunder	55
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	56
3.5	Pengolahan dan Analisis Data.....	57
3.5.1	Klasifikasi Interval Data	57
3.6	Uji Asumsi Klasik.....	58
3.6.1	Uji Normalitas	58

3.6.2 Uji Heterokedastisitas	58
3.6.3 Uji Multikolinearitas.....	59
3.6.4 Uji F Anova	59
3.6.5 Uji Regresi Linear Berganda	60
3.6.6 Pengujian Hipotesis	61
3.6.6.1 Uji-t.....	61
3.6.6.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	61
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	58
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	62
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	62
4.2 Analisis Data	62
4.2.1 Profil Responden Penelitian.....	63
4.2.1.1 Deskriptif Responden Menurut Jenis kelamin	63
4.2.1.2 Deskriptif Responden Menurut usia.....	64
4.2.1.3 Deskriptif Responden Menurut Pekerjaan.....	64
4.2.1.3 Deskriptif Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan	65
4.3 Deskriptif Data	66
4.3.1 Analisis Data Variabel Promosi (X1)	66
4.3.2 Analisis Data Variabel Penggunaan Kualitas Layanan (X2).....	67
4.3.3 Analisis Data Variabel Tingkat Kepuasan (X3)	69
4.3.4 Analisis Data Variabel Keputusan Pembelian (Y)	70
4.3.5 Uji Normalitas	71
4.3.6 Uji Heterokedastisitas.....	72
4.3.7 Uji Multikolinearitas	73
4.3.8 Analisis Regresi Linier Berganda.....	74
4.3.9 Uji Hipotesis	76
4.3.9.1 Uji t.....	76
4.3.9.2 Uji f.....	77
4.3.9.3 Uji Koefisien Determinasi	78
4.4 Pembahasan.....	79
BAB V KESIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN REKOMENDASI	81
5.1 Kesimpulan	81
5.2 Kesimpulan Masalah Penelitian.....	81

5.3 Implikasi Teoritis	82
5.4 Implikasi Manajerial	83
5.5 Keterbatasan Penelitian.....	85
5.6 Saran	85
DAFTAR PUSAKA.....	