

## DAFTAR ISI

<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	8
1.3. Rumusan Masalah .....	9
1.4. Tujuan Penelitian .....	9
1.5. Kontribusi Penelitian .....	10
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS</b>	
2.1. Kajian Pustaka .....	11
A. Pemasaran.....	11
B. Produk ( <i>product</i> ) .....	11
C. Promosi ( <i>promotion</i> ).....	17
D. Lokasi ( <i>place</i> ) .....	21
E. Orang ( <i>people</i> ) .....	25
F. Keputusan Pembelian .....	27
2.2. Analisis Dimensi .....	31
A. Pengaruh Produk ( $X_1$ ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)...	31
B. Pengaruh Promosi ( $X_2$ ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .	38
C. Pengaruh Lokasi ( $X_3$ ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) ...	44
D. Pengaruh <i>People</i> ( $X_4$ ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) ..	49
2.3 Rerangka Konseptual .....	52
2.4 Hipotesis .....	54
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1. Waktu dan Tempat Penelitian .....	55
3.2. Desain Penelitian .....	55
3.3. Definisi dan Operasional Variabel .....	56
A. Definisi Variabel .....	56
B. Definisi Konsep .....	56
C. Definisi Operasional .....	57
3.4. Populasi dan Sample Penelitian .....	61

A. Populasi .....	61
B. Sample .....	61
3.5. Teknik Pengumpulan Data .....	62
3.6. Metode Analisis .....	63
A. Analisis Deskriptif .....	63
B. Uji Instrumen Penelitian .....	63
a. Uji Validitas .....	63
b. Uji Reliabilitas .....	64
C. Uji Asumsi Klasik .....	65
a. Uji Normalitas .....	65
b. Uji Multikolonieritas .....	65
c. Uji Heteroskedastisitas .....	66
D. Analisis Regresi Linear Berganda .....	66
E. Pengujian Hipotesis Statistik .....	67
a. Uji t : Pengujian setiap koefisien regresi secara parsial .....	67
b. Uji F : Menguji koefisien regresi secara simultan .....	68
c. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	69

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	70
4.2 Karakteristik Responden .....	71
A. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	72
B. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	72
C. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	73
D. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Responden .....	74
E. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan .....	76
4.3. Analisis Deskriptif .....	77
a. Hasil Uji Deskriptif Kuesioner <i>Product</i> .....	77
b. Hasil Uji Deskriptif Kuesioner <i>Promotion</i> .....	78
c. Hasil Uji Deskriptif Kuesioner <i>Place</i> .....	79
d. Hasil Uji Deskriptif Kuesioner <i>People</i> .....	79
e. Hasil Uji Deskriptif Kuesioner Keputusan Pembelian .....	80
4.4. Uji Instrumen Penelitian .....	81
A. Uji Validitas .....	81
a. Hasil Uji Validitas Terhadap Variabel Produk ( <i>Product</i> ) .....	82
b. Hasil Uji Validitas Terhadap Variabel Promosi ( <i>Promotion</i> )... ..	82
c. Hasil Uji Validitas Terhadap Variabel Lokasi ( <i>Place</i> ) .....	83
d. Hasil Uji Validitas Terhadap Variabel Orang ( <i>People</i> ) .....	84
e. Hasil Uji Validitas Terhadap Variabel Keputusan Pembelian ..	84
B. Hasil Uji Reliabilitas .....	85
4.5. Hasil Uji Asumsi Klasik .....	86
A. Uji Normalitas .....	86
B. Uji Multikolonieritas .....	87
C. Uji Heteroskedastisitas .....	88
4.6. Uji t : Pengujian setiap koefisien regresi secara parsial .....	89
4.7. Uji F : Menguji koefisien regresi secara simultan .....	92

4.8. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	93
4.9. Model Alternatif .....	94
A. Uji t .....	94
B. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	95
4.10. Analisis Regresi Linear Berganda .....	95
4.11. Pembahasan Hasil Penelitian <i>product, promotion, place</i> dan <i>people</i> .....	96
A. Pengaruh Produk ( <i>product</i> ) terhadap Keputusan Pembelian .....	96
B. Pengaruh Promosi ( <i>promotion</i> ) terhadap Keputusan Pembelian .....	97
C. Pengaruh Lokasi ( <i>place</i> ) terhadap Keputusan Pembelian .....	98
D. Pengaruh Orang ( <i>people</i> ) terhadap Keputusan Pembelian.....	99
E. Pengaruh <i>Product, Promotion, Place</i> dan <i>People</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	100
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1. Simpulan .....	101
5.2. Saran .....	102
A. Bagi Perusahaan (Bolt 4G LTE) .....	102
B. Bagi Peneliti Selanjutnya .....	105
DAFTAR PUSTAKA .....	107
LAMPIRAN .....	110

