

DAFTAR ISI

| | |
|---|-----------|
| LEMBARPERNYATAAN KARYA SENDIRI | i |
| LEMBARPENGESAHAN SKRIPSI | ii |
| ABSTRAK | iii |
| <i>ABSTRACT</i> | iv |
| KATA PENGANTAR | v |
| DAFTAR ISI | viii |
| DAFTARTABEL | x |
| DAFTARGAMBAR | xi |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xii |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. LatarBelakang Masalah..... | 1 |
| B. Identifikasi Masalah | 9 |
| C. Pembatasan Masalah..... | 10 |
| D. Rumusan Masalah Penelitian | 10 |
| E. TujuanPenelitian | 10 |
| F. Kontribusi Penelitian..... | 11 |
| | |
| BAB II KAJIAN PUSTAK, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS | 12 |
| A. Kajian Pustaka | 12 |
| 1. Pemasaran | 13 |
| 2. Keputusan Pembelian..... | 20 |
| 3. Produk | 25 |
| 4. Harga..... | 30 |
| 5. Lokasi..... | 33 |
| 6. Promosi. | 37 |
| B. Analisis Dimensi | 41 |
| C. Rerangka Pemikiran | 60 |
| E. Hipotesis | 61 |
| | |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | 62 |
| A. Waktu dan Tempat Penelitian | 62 |
| B. Desain Penelitian | 62 |
| C. Definisi dan Operasional Variabel | 63 |
| 1. Definisi Variabel | 63 |
| 2. Definisi Operasional Variabel..... | 63 |
| D. Pengukur Variabel..... | 66 |

| | |
|--|------------|
| E. Populasi dan Sampel..... | 67 |
| 1. Populasi..... | 67 |
| 2. Sampel..... | 68 |
| F. Teknik Pengumpulan Data..... | 69 |
| G. Metode Analisis Data..... | 70 |
| 1. Analisis Deskriptif..... | 70 |
| 2. Regresi Linear Berganda..... | 70 |
| 3. Uji Kualitas Data..... | 71 |
| 4. Uji Asumsi Klasik..... | 72 |
| 5. Uji Signifikasi..... | 73 |
| 6. Uji Hipotesis..... | 74 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN..... | 76 |
| A. Tempat dan Waktu Penelitian..... | 76 |
| B. Analisis Deskriptif..... | 76 |
| 1. Karakteristik Responden..... | 77 |
| 2. Hasil Uji Kualitas Data..... | 80 |
| 3. Pembahasan Statistik..... | 85 |
| 4. Hasil Uji Data Asumsi Klasik..... | 92 |
| 5. Uji Regresi Linear Berganda..... | 96 |
| 6. Hasil Uji Signifikasi..... | 98 |
| 7. Koefisien Determinasi (<i>adjusted R²</i>)..... | 101 |
| C. Pembahasan Hasil Penelitian..... | 102 |
| 1. Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Pembelian..... | 102 |
| 2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian..... | 103 |
| 3. Pengaruh lokasi Terhadap Keputusan Pembelian..... | 104 |
| 4. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian..... | 105 |
| 5. Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan, Promosi, Terhadap Keputusan Pembelian..... | 107 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN..... | 109 |
| A. Kesimpulan..... | 109 |
| B. Saran..... | 110 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 113 |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN..... | 115 |