

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
A. KAJIAN PUSTAKA	10
1. Manajemen Pemasaran	10
2. Kualitas Produk.....	13
3. Promosi	16
4. Harga.....	20
5. Keputusan Pembelian.....	23
6. Penelitian Terdahulu	26
7. Hubungan Antar Variabel	29
B. KERANGKA PEMIKIRAN.....	30
C. HIPOTESIS	30
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	32
1. Waktu Penelitian.....	31
2. Tempat Penelitian	31
B. Desain Penelitian	32
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	32
1. Definisi Variabel	33
2. Operasionalisasi Variabel.....	33
D. Pengukuran Variabel	36
E. Populasi dan Sample Penelitian.....	36
1. Populasi Penelitian.....	36

2. Sampel Penelitian.....	37
F. Teknik Pengumpulan Data	38
G. Jenis Data Penelitian.....	39
H. Metode Analisis Data	39
1. Statistik Deskriptif	39
2. Uji Kualitas Data.....	40
3. Uji Asumsi Klasik.....	42
4. Analisis Regresi Linier Berganda	44
5. Uji Hipotesis	45

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskriptif Objek Penelitian	48
1. Gambaran Umum.....	48
2. Karakteristik Responden	49
a. Deskripsi Berdasarkan Jenis Kelamin	49
b. Deskripsi Berdasarkan Usia.....	50
c. Deskripsi Berdasarkan Pendidikan	50
d. Deskripsi Berdasarkan Pekerjaan	51
e. Deskripsi Berdasarkan Pendapatan.....	52
B. Hasil Uji Statistik Deskriptif	53
C. Hasil Uji Kualitas Data	55
1. Hasil Uji Validitas.....	55
2. Hasil Uji Reliabilitas	59
D. Hasil Uji Asumsi Klasik	60
1. Hasil Uji Normalitas	60
2. Hasil Uji Multikolonieritas	61
3. Hasil Uji Heterokedastisitas.....	62
E. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	63
F. Hasil Uji Hipotesis.....	65
1. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	65
2. Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji F).....	66
3. Hasil Uji Signifikan Parsial (Uji T)	67
G. Pembahasan Hasil Penelitian	68
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pemb 68	
2. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	69
3. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	69

BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	
	A. Simpulan	70
	B. Saran	70
DAFTAR PUSTAKA		72
LAMPIRAN		

