

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Kontribusi Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	10
A. Kajian Pustaka	10
1. Definisi Manajemen Pemasaran	10
2. Definisi Perilaku Konsumen	11
3. Definisi Keputusan Pembelian	11
a. Proses Pengambilan Keputusan	12
b. Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian	14
c. Faktor-Faktor Keputusan Pembelian	15
4. Definisi Kualitas Pelayanan	17
a. Keterampilan Dasar Pelayanan	17
b. Dimensi dan Indikator Kualitas Layanan	18
5. Definisi Promosi	18
a. Fungsi Promosi	20
b. Dimensi dan Indikator Promosi	21
6. Definisi <i>Impulse Buying</i>	21
a. Tipe <i>Impulse Buying</i>	23
b. Karakteristik <i>Impulse Buying</i>	23

b. Indikator <i>Impulse Buying</i>	24
B. Penelitian Terdahulu	24
C. Pengembangan Hipotesis	28
1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian.....	28
2. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian	29
3. Pengaruh <i>Impulse Buying</i> terhadap Keputusan Pembelian	30
D. Rerangka Konseptual	31
BAB III METODE PENELITIAN	33
A. Waktu dan Tempat Penelitian	33
B. Desain Penelitian.....	33
C. Definisi dan Operasional Variabel.....	34
1. Definisi Variabel.....	34
2. Definisi Operasional Variabel	35
D. Skala Pengukuran.....	37
E. Populasi Dan Sampel Penelitian	38
1. Populasi	38
2. Sampel	38
F. Metode Pengumpulan Data.....	39
G. Metode Analisis Data	39
1. Analisis Deskriptif.....	39
2. Uji Kualitas Data	40
a. Uji Validitas.....	40
b. Uji Realibilitas	41
3. Uji Asumsi Klasik	41
a. Uji Normalitas	41
b. Uji Multikolinearitas.....	42
c. Uji Heteroskedastisitas	43
4. Analisis Regresi Linier Berganda.....	44
5. Uji Hipotesis	45

a. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	45
b. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	47
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	47
B. Statistik Deskriptif	49
1) Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin	49
2) Deskripsi responden berdasarkan usia	50
3) Deskripsi responden berdasarkan pekerjaan	51
C. Hasil Uji Statistik Deskriptif	51
D. Hasil Uji Kualitas Data	56
1) Hasil Uji Validitas	56
2) Hasil Uji Reliabilitas	58
E. Hasil Uji Asumsi Klasik	59
1) Hasil Uji Normalitas	60
2) Hasil Uji Multikolinearitas	62
3) Hasil Uji Heteroskedastisitas	63
4) Analisis Regresi Linier Berganda	64
a. Hasil Persamaan Regresi Linier Berganda	64
b. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	65
c. Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t)	66
5) Pembahasan Hasil Penelitian	68
a. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian	68
b. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian	69
c. Pengaruh <i>Impulse Buying</i> terhadap Keputusan Pembelian	69
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	71
A. SIMPULAN	71
B. SARAN	71
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN	78