

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi dan Pembatasan Masalah	7
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	7
1.2.2 Pembatasan Masalah	8
1.3 Perumusan Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	10
BAB II LANDASAN TEORI	11
2.1 Bauran Pemasaran	11
2.2 Produk	13
2.2.1 Kualitas Produk.....	14
2.3 Harga	17
2.4 Promosi	20
2.5 Perilaku Konsumen	25
2.6 Keputusan Pembelian	29
2.7 Hasil Penelitian Terdahulu	32
2.8 Hubungan Antar Variabel	34
2.8.1 Hubungan Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian	34
2.8.3 Hubungan Harga dengan Keputusan Pembelian	35
2.8.3 Hubungan Promosi dengan Keputusan Pembelian	36
2.9 Hipotesis	37
2.10 Model Penelitian	38
BAB III METODE PENELITIAN	36
3.1. Desain Riset	39
3.2. Jenis dan Sumber Data	39

3.3. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	40
3.3.1 Populasi	40
3.3.2 Sampel	40
3.4. Unit Analisis	41
3.5. Definisi Operasional Variabel	42
3.6. Teknik Analisis Data	45
3.6.1. Uji Validitas	45
3.6.2. Uji Reliabilitas	46
3.6.3. Uji Asumsi Klasik	47
3.6.4. Analisis Regresi Linear Berganda	50
3.6.4.1. Uji F	50
3.6.4.2. Uji t	51
3.6.4.3. Koefisien Determinasi	51
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	50
4.1. Hasil Penelitian	53
4.1.1. Identitas Responden.....	53
4.1.2. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	56
4.1.2.1. Uji validitas.....	56
4.1.2.2. Uji Reliabilitas	59
4.1.3. Deskriptif hasil Penelitian	59
4.1.4. Uji Asumsi.....	62
4.1.4.1. Uji Normalitas	62
4.1.4.2. Uji Multikolinearitas.....	63
4.1.4.3. Uji Autokorelasi.....	64
4.1.5. Uji Regresi Linear Berganda.....	65
4.1.5.1. Uji F	65
4.1.5.2. Uji t.....	66
4.1.5.3. Uji R ²	67
4.2. Pembahasan	67
4.3. Temuan Penelitian	71
4.4. Keterbatasan Penelitian.....	71
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	72
5.1. Kesimpulan	72
5.2. Saran	73
5.3. Implikasi Manajerial	73
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN	77