

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iv
UCAPAN TERIMA KASIH	v
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH	vii
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Rumusan Masalah	5
1.4 Batasan Penelitian	6
1.5 Tujuan Penelitian.....	6
1.6 Manfaat Penelitan.....	6
BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1 Keputusan Pembelian	7
2.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian	7
2.1.2 Indikator Pengambilan Keputusan Pembelian	7
2.2 Kualitas Produk.....	9
2.2.1 Pengertian Kualitas Produk	9
2.2.2 Klasifikasi Produk	9
2.2.3 Dimensi Kualitas Produk	9
2.2.4 Indikator Kualitas Produk	10
2.3 Persepsi Harga.....	11
2.3.1 Pengertian Persepsi Harga.....	11
2.3.1 Indikator Harga.....	12
2.4 Promosi Penjualan.....	12
2.4.1 Pengertian Promosi Penjualan	12

2.4.2	Faktor Yang Mempengaruhi Promosi Penjualan	13
2.4.3	Dimensi <i>Sales Promotion</i>	13
2.4.4	Indikator Promosi Penjualan	14
2.4.5	Perencanaan Promosi Penjualan	14
2.4.6	Cara - Cara Promosi Penjualan	16
2.5	Penelitian Terdahulu.....	16
2.6	Hubungan Antar Variabel.....	20
2.6.1	Hubungan Antara Variabel Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian	20
2.6.2	Hubungan Antara Variabel Persepsi Harga dan Keputusan Pembelian	21
2.6.3	Hubungan Antara Variabel Promosi Penjualan dan Keputusan Pembelian	21
2.7	Hipotesis	22
2.8	Model Penelitian	22
BAB III METODE PENELITIAN		23
3.1	Desain Penelitian.....	23
3.2	Teknik Pengumpulan Data	23
3.3	Variabel Penelitian	23
3.4	Definisi Operasional Variabel.....	23
3.5	Populasi dan Sampel	26
3.5.1	Populasi	26
3.5.2	Sampel	26
3.6	Jenis dan Sumber Data	27
3.7	Skala Pengukuran Variabel.....	27
3.8	Teknik pengujian Instrumen	28
3.8.1	Uji Validitas	28
3.8.2	Uji Reliabilitas	28
3.9	Uji Regresi Linier Berganda	28
3.10	Uji Hipotesis	29
3.10.1	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	29
3.10.2	Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik t)	29
3.10.3	Uji Signifikan Simultan (Uji Statistik F)	30
3.11	Uji Asumsi Klasik	30
3.11.1	Uji Normalitas	30
3.11.2	Uji Multikoloneritas	31
3.11.2	Uji Heteroskedastisitas	31

BAB IV HASIL PENELITIAN	32
4.1 Deskripsi Hasil Penelitian	32
4.1.1 Deskripsi Responden	32
4.1.1.1 Jenis Kelamin	32
4.1.1.2 Usia Responden.....	33
4.1.1.3 Pendidikan Terakhir	33
4.1.1.4 Pekerjaan Responden	34
4.1.1.5 Pendapatan Responden	34
4.1.2 Deskripsi Variabel Penelitian	35
4.1.2.1 Kualitas Produk (X1)	36
4.1.2.2 Persepsi Harga (X2)	37
4.1.2.3 Promosi Penjualan (X3)	39
4.1.2.4 Keputusan Pembelian (Y)	40
4.2 Hasil Uji Validitas dan Hasil Uji Reliabilitas	43
4.2.1 Hasil Uji Validitas	43
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	44
4.3 Hasil Pengujian Asumsi Klasik	44
4.3.1 Hasil Uji Normalitas	45
4.3.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	45
4.3.3 Hasil Uji Multikolinearitas	46
4.4 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	47
4.5 Pengujian Hipotesis	48
4.5.1 Hasil Uji Simultan (F)	48
4.5.2 Hasil Uji Parsial (T)	50
4.5.3 Analisis Koefisien Korelasi (R) & Analisis Koefisien Determinasi (R ²).....	51
BAB V PEMBAHASAN	53
5.1 Pembahasan Hasil Penelitian	53
BAB VI PENUTUP	55
6.1 Kesimpulan	55
6.2 Implikasi	55
6.3 Saran	56
6.3.1 Bagi Perusahaan	56
6.3.2 Bagi Peneliti Selanjutnya	56
DAFTAR REFERENSI	57