

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|--|---------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN | iii |
| HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI | iv |
| HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH | v |
| HALAMAN UCAPAN TERIMA KASIH | vii |
| ABSTRAK | viii |
| DAFTAR ISI | x |
| DAFTAR TABEL | xiv |
| DAFTAR GAMBAR | xv |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2 Identifikasi Masalah | 6 |
| 1.3 Batasan Masalah | 6 |
| 1.4 Rumusan Masalah | 7 |
| 1.5 Tujuan Penelitian | 7 |
| 1.6 Manfaat Penelitian | 7 |
| | |
| BAB II LANDASAN TEORI | 8 |
| 2.1 Teori Terkait Variabel Penelitian | 8 |
| 2.1.1 Persepsi Harga | 8 |
| 2.1.1.1 Dimensi Harga | 9 |
| 2.1.1.2 Indikator Harga | 10 |
| 2.1.2 Persepsi Kualitas Produk | 10 |
| 2.1.2.1 Pengertian Persepsi Kualitas Produk | 10 |
| 2.1.2.2 Dimensi dan Indikator Persepsi Kualitas Produk | 11 |
| 2.1.3 <i>Personal Selling</i> | 12 |
| 2.1.3.1 Pengertian <i>Personal Selling</i> | 12 |
| 2.1.3.2 Manfaat <i>Personal Selling</i> | 13 |
| 2.1.3.3 Prinsip <i>Personal Selling</i> | 14 |
| 2.1.3.4 Peranan <i>Personal Selling</i> | 14 |
| 2.1.3.5 Dimensi dan Indikator <i>Personal Selling</i> | 15 |
| 2.1.4 Minat Beli | 15 |
| 2.1.4.1 Pengertian Minat Beli | 15 |
| 2.1.4.2 Dimensi dan Indikator Minat Beli | 16 |
| 2.2 Ringkasan Penelitian Terdahulu | 16 |
| 2.2.1 Hubungan antara Persepsi Harga dengan Minat Beli Konsumen | 21 |

| | | |
|--|---|-----------|
| 2.2.2 | Hubungan antara Persepsi Kualitas Produk dengan Minat Beli Konsumen | 21 |
| 2.2.3 | Hubungan antara <i>Personal Selling</i> dengan Minat Beli Konsumen | 22 |
| 2.2.4 | Hubungan antara Persepsi Harga, Persepsi Kualitas produk, <i>Personal Selling</i> dengan Minat Beli Konsumen..... | 22 |
| 2.3 | Hipotesis | 22 |
| 2.4 | Model Penelitian..... | 23 |
| BAB III METODE PENELITIAN | | 24 |
| 3.1 | Desain Riset | 24 |
| 3.2 | Jenis Dan Sumber Data..... | 24 |
| 3.2.1 | Jenis Data..... | 24 |
| 3.2.2 | Sumber Data | 25 |
| 3.3 | Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel..... | 25 |
| 3.3.1 | Populasi..... | 25 |
| 3.3.2 | Sampel | 26 |
| 3.3.3 | Teknik Pengambilan Sampel | 26 |
| 3.4 | Unit Analisis | 27 |
| 3.5 | Definisi Operasional Variabel | 27 |
| 3.5.1 | Persepsi Harga | 27 |
| 3.5.2 | Kualitas Produk..... | 27 |
| 3.5.3 | <i>Personal Selling</i> | 27 |
| 3.5.3 | Minat Beli | 28 |
| 3.6 | Teknik Analisis Data | 31 |
| 3.6.1 | Uji Validitas..... | 31 |
| 3.6.2 | Uji Reliabilitas | 31 |
| 3.7 | Uji Asumsi Klasik..... | 32 |
| 3.7.1 | Uji Normalitas..... | 32 |
| 3.7.2 | Uji Multikolonieritas..... | 32 |
| 3.7.3 | Uji Heteroskedastisitas | 32 |
| 3.8 | Uji Hipotesis | 33 |
| 3.8.1 | Uji Regresi Linear..... | 33 |
| 3.8.2 | Uji F (Simultan)..... | 33 |
| 3.8.3 | Uji t (Parsial)..... | 34 |
| 3.8.4 | Uji Koefisien Determinasi | 34 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN..... | | 36 |
| 4.1 | Deskripsi Hasil Penelitian..... | 36 |
| 4.1.1 | Karakteristik Responden..... | 36 |
| 4.1.1.1 | Jenis Kelamin Responden..... | 36 |
| 4.1.1.2 | Usia Responden | 37 |

| | | |
|---|--|-----------|
| 4.1.1.3 | Pendapatan Responden | 37 |
| 4.1.1.4 | Pendidikan Responden..... | 38 |
| 4.1.1.5 | Pekerjaan Responden..... | 38 |
| 4.2 | Hasil Uji Validitas dan Realibilitas | 38 |
| 4.2.1 | Hasil Uji Validitas | 38 |
| 4.2.2 | Hasil Uji Reliabilitas..... | 38 |
| 4.3 | Deskripsi Variabel Penelitian | 42 |
| 4.3.1 | Persepsi Harga (X1)..... | 43 |
| 4.3.2 | Persepsi Kualitas Produk (X2)..... | 44 |
| 4.3.3 | <i>Personal Selling</i> (X3) | 46 |
| 4.3.4 | Minat Beli Konsumen (Y) | 47 |
| 4.4 | Hasil Uji Asumsi Klasik | 48 |
| 4.4.1 | Uji Normalitas..... | 48 |
| 4.4.2 | Uji Multikolonieritas..... | 49 |
| 4.4.3 | Uji Heteroskedastisitas | 50 |
| 4.5 | Hasil Analisis Regresi Linier Berganda..... | 51 |
| 4.6 | Uji Hipotesis | 52 |
| 4.6.1 | Hasil Uji F (Simultan)..... | 52 |
| 4.6.2 | Uji t (Parsial)..... | 53 |
| 4.7 | Koefisien Determinasi | 54 |
| BAB V PEMBAHASAN | | 55 |
| 5.1 | Pembahasan Hasil Penelitian | 55 |
| 5.1.1 | Pengaruh Persepsi Harga terhadap Minat Beli Konsumen.... | 55 |
| 5.1.2 | Pengaruh Persepsi Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen | 55 |
| 5.1.3 | Pengaruh <i>Personal Selling</i> terhadap Minat Beli Konsumen . | 56 |
| 5.1.4 | Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas Produk dan <i>Personal Selling</i> secara Bersama-sama terhadap Minat Beli Konsumen Perumahan <i>New Pekonina Residence</i> | 56 |
| 5.2 | Temuan Penelitian | 57 |
| 5.3 | Keterbatasan Penelitian..... | 57 |
| BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN..... | | 59 |
| 6.1 | Kesimpulan | 59 |
| 6.2 | Saran | 59 |
| 6.2.1 | Bagi Perusahaan..... | 60 |
| 6.2.2 | Bagi Peneliti Selanjutnya..... | 60 |
| 6.3 | Implikasi Penelitian | 60 |
| 6.3.1 | Implikasi Teoritis..... | 60 |
| 6.3.2 | Implikasi Praktis | 60 |

| | |
|---|----|
| DAFTAR REFERENSI | 61 |
| LAMPIRAN | 63 |
| Lampiran 1 Kuesioner Penelitian | 63 |
| Lampiran 2 Hasil Tanggapan Responden | 68 |
| Lampiran 3 Tabulasi 30 Responden..... | 70 |
| Lampiran 4 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas | 72 |
| Lampiran 5 Tabulasi 100 Responden..... | 76 |
| Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik | 80 |
| Lampiran 7 Hasil Uji Regresi Linear Berganda | 81 |
| Lampiran 8 Hasil Uji Hipotesis; Uji f (Simultan), Uji t (Parsial), dan Koefisien Determinasi (R ²)..... | 82 |

DAFTAR TABEL

| | Halaman |
|--|---------|
| Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu | 16 |
| Tabel 3.1 Pengukuran Skala <i>Likert</i> | 25 |
| Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel | 28 |
| Tabel 4.1 Data Responden berdasarkan Jenis Kelamin | 35 |
| Tabel 4.2 Data Responden berdasarkan Usia | 35 |
| Tabel 4.3 Data Responden berdasarkan Pendapatan Perbulan..... | 35 |
| Tabel 4.4 Data Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir | 37 |
| Tabel 4.5 Data Responden berdasarkan Pekerjaan | 38 |
| Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas..... | 39 |
| Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Harga. Persepsi Kualitas Produk, Personal Selling, Minat Beli | 42 |
| Tabel 4.8 Pengukuran Indeks | 43 |
| Tabel 4.9 Tanggapan Responden terhadap Variabel Persepsi Harga (X1) | 43 |
| Tabel 4.10 Tanggapan Responden terhadap Variabel Persepsi Kualitas Produk (X2)..... | 44 |
| Tabel 4.11 Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Personal Selling</i> (X3) | 46 |
| Tabel 4.12 Tanggapan Responden terhadap Variabel Minat Beli Konsumen (Y)..... | 47 |
| Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinieritas | 50 |
| Tabel 4.14 Hasil Uji Regresi | 51 |
| Tabel 4.15 Hasil Uji F Persepsi Harga, Kualitas Produk, Personal Selling, dan Minat Beli..... | 52 |
| Tabel 4.16 Hasil Uji t (Parsial)..... | 53 |
| Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi | 54 |

DAFTAR GAMBAR

| | Halaman |
|--|---------|
| Gambar 2.1 Model Penelitian Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas Produk, <i>Personal Selling</i> Terhadap Minat Beli Konsumen..... | 23 |
| Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas..... | 49 |
| Gambar 4.2 Hasil Uji Heterokedastisitas | 50 |