

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GRAFIK.....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	9
1.3 Pembatasan Masalah.....	9
1.4 Perumusan Masalah.....	9
1.5 Tujuan Penelitian.....	10
1.6 Manfaat Penelitian.....	10
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>11</b>
2.1 Keputusan Pembelian .....	11
2.1.1 Definisi Keputusan Pembelian .....	11
2.1.2 Dimensi Keputusan Pembelian.....	11
2.2 Kualitas Produk .....	13
2.2.1 Definisi Kualitas Produk .....	13
2.2.2 Dimensi Kualitas Produk.....	14
2.3 Harga .....	15
2.3.1 Definisi Harga.....	15

2.3.2 Tujuan Penetapan Harga.....	16
2.4 Promosi .....	17
2.4.1 Definisi Promosi .....	17
2.4.2 Dimensi Promosi .....	18
2.5 Hasil Penelitian Terdahulu .....	20
2.6 Hubungan Antar Variabel.....	23
2.7 Hipotesis Penelitian .....	26
2.8 Model Penelitian.....	27

### **BAB III METODE PENELITIAN.....28**

3.1 Desain Riset.....	28
3.2 Jenis dan Sumber Data .....	28
3.2.1 Jenis Data .....	28
3.2.2 Sumber Data.....	28
3.2.2.1 Data Primer .....	28
3.2.2.2 Data Sekunder .....	28
3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	29
3.3.1 Populasi .....	29
3.3.2 Sampel.....	29
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	29
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	29
3.4.1 Definisi Variabel .....	30
3.5 Metode Analisis Data .....	35
3.6 Teknik Analisis Data.....	35
3.6.1 Uji Instrumen.....	36
3.6.1.1 Uji Validitas .....	36
3.6.1.2 Uji Reliabilitas.....	36
3.6.2 Uji Asumsi Klasik .....	37
3.6.2.1 Uji Normalitas .....	37
3.6.2.2 Uji Heteroskedastisitas .....	38
3.6.2.3 Uji Multikolinearitas .....	38

3.6.2.4 Uji Autokorelasi .....	38
3.6.3 Uji Hipotesis.....	39
3.6.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda .....	39
3.6.3.2 Uji Simultan (Uji F) .....	40
3.6.3.3 Uji Parsial (UjiT).....	40
3.6.4 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	40
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>42</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	42
4.1.1 Karakteristik Responden .....	42
4.2 Hasil Uji Instrumen .....	44
4.2.1 Uji Validitas .....	44
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	48
4.3 Hasil Uji Deskriptif Statistik.....	49
4.3.1 Statistik Deskriptif Kualitas Produk ( $X_1$ ).....	50
4.3.2 Statistik Deskriptif Harga ( $X_2$ ).....	51
4.3.3 Statistik Deskriptif Promosi ( $X_3$ ) .....	52
4.3.4 Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian (Y) .....	52
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	53
4.4.1 Uji Normalitas .....	53
4.4.2 Hasil Uji Multikolinieritas .....	54
4.4.3 Hasil Uji Heterokedasitisitas.....	55
4.4.4 Hasil Uji Autokorelasi.....	55
4.5 Hasil Uji Hipotesis .....	56
4.5.1 Uji Regresi Linier Berganda Model 1 .....	56
4.5.2 Hasil Uji F.....	57
4.5.3 Hasil Uji T.....	57
4.5.4 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	59
<b>BAB V PEMBAHASAN.....</b>	<b>60</b>
5.1 Pembahasan Hasil Penelitian .....	60

5.1.2	Pengaruh Kualitas Produk ( $X_1$ ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	60
5.1.3	Pengaruh Kualitas Harga ( $X_2$ ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	60
5.1.4	Pengaruh Promosi ( $X_3$ ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	60
5.2	Temuan Penelitian.....	61
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	61
<b>BAB VI PENUTUP.....</b>		<b>62</b>
6.1	Kesimpulan.....	62
6.2	Saran.....	62
6.3	Implikasi Penelitian.....	63
<b>DAFTAR REFERENSI.....</b>		<b>65</b>

