

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	I
LEMBAR PERSETUJUAN	II
KATA PENGANTAR.....	III
DAFTAR ISI.....	V
DAFTAR TABEL.....	VII
DAFTAR GAMBAR.....	VIII
DAFTAR LAMPIRAN	IX
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	10
1.3 Batasan Masalah.....	10
1.4 Rumusan Masalah.....	10
1.5 Tujuan Penelitian.....	10
1.6 Manfaat Penelitian.....	10
1.6.1 Manfaat akademis.....	11
1.6.2 Manfaat praktis.....	11
BAB II LANDASAN TEORI.....	12
2.1 Promosi.....	12
2.1.1 Definisi Promosi.....	12
2.1.1.1. Indikator – Indikator Promosi.....	12
2.1.1.2 Tujuan Promosi.....	13
2.1.1.3 Bauran Promosi.....	13
2.1.2 Harga.....	14
2.1.2.1 Definisi Harga.....	14
2.1.2.2 Indikator – Indikator Harga.....	15

2.1.2.3	Penetapan harga	16
2.1.2.4	Perilaku harga	17
2.3.1	Kualitas produk.	18
2.3.1.1	Definisi kualitas produk.	18
2.3.1.2	Indikator-indikator kualitas produk.	19
2.3.1.3	Manfaat kualitas produk.	19
2.4.1	Keputusan pembelian.	19
2.4.1.1	Definisi keputusan pembelian.	19
2.4.1.2	Indikator-indikator keputusan pembelian.	20
2.4.1.3	Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.	21
2.4.1.4	Peran yang dimainkan dalam keputusan pembelian	25
2.4.1.5	Jenis – jenis perilaku pembelian konsumen	26
2.4.1.6	Tahap – tahap dalam proses keputusan pembelian.	27
2.2	Hasil penelitian terdahulu.	29
2.3	Hubungan antar variabel	35
2.3.1	Hubungan antara promosi dengan keputusan pembelian.	35
2.3.1.1	Hubungan antara harga dengan keputusan pembelian.	36
2.3.1.2	Hubungan antara kualitas produk dengan keputusan pembelian.	36
2.3.1.3	Hubungan antara promosi, harga dan kualitas produk dengan keputusan pembelian.	37
2.4	Hipotesis.....	37
2.5	Model Penelitian.	38
BAB III METODE PENELITIAN		40
3.1	Desain Riset.	37
3.2	Jenis dan Sumber Data	37
3.2.1	Jenis Data.	37
3.2.2	Sumber Data.	41

3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.	42
3.3.1 Populasi.	42
3.3.2 Sampel.	38
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel.	39
3.4 Unit Analisis.	39
3.5 Definisi Operasional Variabel.	39
3.6 Teknik Analisis Data.	42
3.6.1 Uji Instrumen.	42
3.6.1.1 Uji Validitas.	42
3.6.1.2 Uji Reliabilitas.	43
3.6.2 Uji Hipotesis.	44
3.6.2.1 Analisis Regresi Linier Berganda.	44
3.6.2.2 Uji Simultan (Uji F).	45
3.6.2.3 Uji Parsial (Uji t).	45
3.6.2.4 Koefisien determinasi (R^2).	46
BAB IV HASIL PENELITIAN.	47
4.1. Karakteristik Responden.	47
4.2 Analisis Deskriptif Penelitian.	49
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas.	56
4.3.1 Uji Validitas.	56
4.3.2 Uji Reliabilitas.	61
4.4 Uji Analisis Regresi Linier Berganda.	61
4.5 Uji Simultan (F).	62
4.6 Uji Parsial (t).	63
4.7 Uji Koefisien Determinasi.	64
BAB V PEMBAHASAN.	66
5.1 Pembahasan Hasil Penelitian.	66
5.1.1 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian.	66

5.1.2 Pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian.	66
5.1.3 Pengaruh Kualitas produk terhadap keputusan pembelian.	67
5.1.4 Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas produk secara bersama-sama mempengaruhi terhadap keputusan pembelian.	68
5.2 Temuan Penelitian.	68
5.3 Keterbatasan Penelitian.	69
BAB VI PENUTUP	70
6.1 Kesimpulan.	70
6.2 Saran.....	70
6.3 Implikasi Hasil penelitian.....	72
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN-LAMPIRAN	75

DAFTAR TABEL

Nomor	Nama	Tabel Halaman
Tabel 1.1	Hasil Pra survey 20 Responden.	7
Tabel 2.1	Hasil penelitian terdahulu	29
Tabel 3.1	Instrumen skala Likert.	41
Tabel 3.2	Definisi operasional variabel.	43
Tabel 3.3	Tingkat reliabilitas berdasarkan nilai Alpha	47
Tabel 4.1	Responden berdasarkan jenis kelamin.	47
Tabel 4.2	Responden berdasarkan usia.	47
Tabel 4.3	Responden berdasarkan pendidikan.	48
Tabel 4.4	Responden berdasarkan pendapatan.	49
Tabel 4.5	Hasil Analisis Deskriptif Penelitian Variabel Promosi	50
Tabel 4.6	Hasil Analisis Deskriptif penelitian Variabel Harga	52
Tabel 4.7	Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kualitas produk	53
Tabel 4.8	Hasil Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	55
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas	57
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas	61
Tabel 4.11	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	62
Tabel 4.12	Hasil Uji F.....	63
Tabel 4.13	Hasil uji t.	64
Tabel 4.14	Hasil Koefisien Determinasi.	64

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Nama	Gambar Halaman
Gambar 1.1	Jumlah pengguna Smartphone	3
Gambar 1.2	Data market share dan jumlah unit	4
Gambar 1.3	5 Vendor Smartphpne terbesar.....	5
Gambar 1.4	Market share Q2 2019 dan 2020.	6
Gambar 2.1	Proses keputusan pembelian.	29

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Pra survey 20 Responden.	75
Lampiran II Quisioner 145 Responden.	77
Lampiran 3 Tabulasi Uji Validitas.	81
Lampiran 4 Tabulasi Data 145 (Seratus Empat Puluh Lima) Responden.....	85
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas	57
Lampiran 6 Hasil Uji Reliabilitas	61
Lampiran 7 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	62
Lampiran 8 Hasil Uji F.....	63
Lampiran 9 Hasil uji t.....	64
Lampiran 10 Hasil Koefisien Determinasi.....	65