

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>ABSTRAKSI</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah .....	8
1.2.1 Identifikasi Masalah .....	8
1.2.2 Pembatasan Masalah .....	8
1.3 Perumusan Masalah.....	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	10
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	11
2.1 Perilaku Konsumen .....	11
2.2 Produk .....	11
2.2.1 Definisi Produk .....	11
2.2.2 Klasifikasi Produk .....	13
2.2.3 Daur Hidup Produk .....	15
2.2.4 Atribut Produk.....	17
2.2.5 Unsur Atribut Produk.....	18

2.3 Harga .....	19
2.3.1 Pengertian Harga .....	19
2.4 Promosi .....	23
2.4.1 Pengertian Promosi .....	23
2.4.2 Tujuan Promosi .....	24
2.4.3 Elemen-elemen Promosi .....	25
2.5 Keputusan Pembelian.....	26
2.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian .....	26
2.5.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian .....	27
2.5.3 Proses Keputusan Pembelian.....	28
2.6 Penelitian Terdahulu .....	31
2.7 Hubungan Antar Variabel .....	32
2.7.1 Hubungan Produk dengan Keputusan Pembelian .....	32
2.7.2 Hubungan Harga dengan Keputusan Pembelian.....	32
2.7.3 Hubungan Promosi dengan Keputusan Pembelian .....	32
2.8 Hipotesis.....	33
2.9 Model Penelitian .....	34
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>35</b>
3.1 Desain Riset.....	35
3.2 Jenis dan Sumber Data .....	35
3.2.1 Jenis Data .....	35
3.2.2 Sumber Data.....	36
3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	36
3.3.1 Populasi .....	36
3.3.2 Sampel.....	37
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	38
3.4 Unit Analisis .....	40
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	40
3.6 Teknik Analisis Data.....	42
3.6.1 Uji Validitas .....	43

3.6.2 Uji Reabilitas.....	44
3.6.3 Analisis Regresi Linier Berganda .....	45
3.6.4 Uji T (Uji Parsial).....	46
3.6.5 Uji F (Uji Simultan) .....	46
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>48</b>
4.1 Deskriptif Data dan Karakteristik Responden.....	48
4.1.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	48
4.1.2 Reponden Berdasarkan Usia .....	48
4.1.3 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	49
4.1.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	49
4.1.5 Responden Berdasarkan Penghasilan Dalam Sebulan .....	49
4.2 Hasil Uji Validitas.....	50
4.3 Hasil Uji Reliabilitas .....	50
4.3.1 Hasil Uji Reliabilitas Produk .....	51
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas Harga .....	51
4.3.3 Hasil Uji Reliabilitas Promosi.....	51
4.3.4 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian .....	52
4.4 Analisis Linier Berganda.....	52
4.5 Analisis Statistik.....	54
4.5.1 Hasil Uji T (Uji Parsial) .....	54
4.5.1.1 Produk .....	55
4.5.1.2 Harga.....	55
4.5.1.3 Promosi .....	55
4.5.2 Hasil Uji F (Uji Simultan).....	56
4.6 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	56
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian .....	57
4.7.1 Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	57
4.7.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	58
4.7.3 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian .....	59
4.7.4 Pengaruh Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian .....	60

4.7.5 Pengaruh Vaariabel paling Dominan .....	60
4.8 Temuan Penelitian.....	79
4.9 Keterbatasan Penelitian .....	79
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>64</b>
5.1 Kesimpulan.....	64
5.2 Saran.....	65
5.2.1 Bagi Perusahaan .....	65
5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya .....	65
5.3 Implikasi Penelitian.....	65
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>66</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>68</b>