

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	7
1.3. Pembatasan Masalah.....	7
1.4. Perumusan Masalah	7
1.5. Tujuan Penelitian	8
1.6. Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1. Kajian Teoritis.....	10
2.1.1 Keputusan Pembelian	10
2.1.1.1. Pengertian Keputusan Pembelian	10
2.1.1.2. Faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian	11
2.1.1.3. Indikator Keputusan Pembelian	14
2.1.2 Kualitas Produk	18
2.1.2.1. Pengertian Kualitas Produk	18
2.1.2.2. Faktor-faktor yang mempengaruhi Kualitas Produk	19
2.1.2.3. Atribut Produk	20
2.1.2.4. Indikator Kualitas Produk	22
2.1.3 Promosi	24
2.1.3.1. Pengertian Promosi	24
2.1.3.2. Tujuan Promosi	26
2.1.3.3. Bauran Promosi	27
2.1.3.4. Indikator Promosi	28

2.2. Penelitian Terdahulu	32
2.3. Kerangka Berpikir.....	35
2.4. Hipotesis Penelitian	37
BAB III METODE PENELITIAN	38
3.1. Jenis Penelitian	38
3.2. Tempat dan Waktu Penelitian.....	38
3.3. Populasi dan Sampel.....	38
3.3.1. Populasi	38
3.3.2. Sampel	38
3.4. Variabel Penelitian dan Defenisi Operasional	39
3.4.1. Variabel Penelitian	39
3.4.2. Defenisi Operasional.....	40
3.5. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.5.1. Uji Instrumen Penelitian.....	42
3.5.1.1 Uji Validitas	42
3.5.1.2 Uji Reliabilitas	43
3.5.2. Teknik Pengumpulan Data	44
3.6. Skala Pengukuran	45
3.7. Teknik Analisis Data	48
3.7.1. Uji Asumsi Klasik.....	48
3.7.2. Uji Normalitas	48
3.7.3. Uji Multikolinieritas.....	48
3.7.4. Uji Heteroskedastisitas	49
3.8. Analisis Regresi Linear Berganda	50
3.9. Uji Hipotesis	50
3.9.1. Uji Secara Parsial (Uji t)	50
3.9.2. Uji Simultan (Uji F).....	51
3.10. Uji Koefisien Determinan (R ²)	52
BAB IV PEMBAHASAN	53
4.1 Hasil Penelitian	53
4.1.1 Profil Usaha	53

4.2	Identifikasi Responden	54
4.2.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
4.2.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	54
4.3	Uji Instrumen Penelitian.....	55
4.3.1	Uji Validitas	55
4.3.2	Uji Reliabilitas	57
4.4	Uji Asumsi Klasik	58
4.4.1	Uji Normalitas	58
4.4.2	Uji Multikolinieritas	60
4.4.3	Uji Heterokedastisitas.....	61
4.5	Analisis Uji Regresi Linear Berganda	62
4.5.1	Uji Regresi Linear Berganda	62
4.6	Uji Hipotesis.....	63
4.6.1	Uji t (Parsial)	63
4.6.2	Uji F (Simultan).....	64
4.6.3	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	65
4.7	Hasil dan Pembahasan	66
4.7.1	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	66
4.7.2	Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian	68
4.7.3	Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian	70
BAB V	PENUTUP	71
5.1	Kesimpulan	71
5.2	Saran	71
	DAFTAR PUSTAKA.....	74
	LAMPIRAN	76