

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	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.....	7
1.3 Batasan Masalah.....	8
1.4 Rumusan Masalah.....	8
1.5 Tujuan Penelitian.....	8
1.6 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	10
2.1 Kerangka Teoritis	10
2.1.1 Keputusan Pembelian	10
2.1.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	10
2.1.1.2 Proses Pengambilan Keputusan	10
2.1.1.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen.....	11
2.1.1.4 Indikator Keputusan pembelian.	13
2.1.2 Harga.....	13
2.1.2.1 Pengertian Harga.....	13
2.1.2.2 Peranan Harga.....	14
2.1.2.3 Dimensi Strategi Harga	14
2.1.2.4 Faktor yang Mempengaruhi Harga.....	15
2.1.2.5 Indikator harga	15
2.1.3 Promosi	16

2.1.3.1 Pengertian Promosi.....	16
2.1.3.2 Tujuan Promosi	16
2.1.3.3 Bauran Promosi	17
2.1.3.4 Tahapan Dalam Pelaksanaan Promosi.....	18
2.1.3.5 Indikator Promosi.....	20
2.3 Kerangka Berfikir	23
2.4 Hipotesis Penelitian	24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	25
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	25
3.2 Populasi dan Sampel.....	25
3.2.1 Populasi	25
3.2.2 Sampel	25
3.3 Variabel Penelitian dan definisi operasional	26
3.3.1 Variable Penelitian	26
3.3.2 Defenisi Operasional	26
3.3.2.1 Harga (X_1)	27
3.3.2.2 Promosi (X_2)	27
3.3.1.3 Keputusan Pembelian (Y).....	27
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.4.1 Sumber Data.....	28
3.5 Uji Instrumen Penelitian	30
3.5.1 Uji Validitas	30
3.5.2 Uji Reliabilitas	31
3.6 Teknik Analisis Data	32
3.6.1 Uji Asumsi Klasik	32
3.6.1.1 Uji Normalitas Data.....	32
3.6.1.2 Uji Multikolinearitas.....	32
3.6.1.3 Uji Heterokedastisitas	33
3.6.2 Analisis Linear Berganda.....	33
3.6.2.1 Uji Hipotesis	34
3.6.3 Koefisien Determinasi (R^2)	35

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	36
4.1 Profil Usaha	36
4.1.1 Struktur Organisasi	36
4.1.2 Letak Lokasi Usaha	36
4.1.4 Tenaga Kerja.....	36
4.2 Hasil Analisa Data	37
4.2.1 Identifikasi Responden	37
4.2.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
4.2.3 Deskripsi Variabel Penelitian	38
4.2.4 Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner	39
4.2.5 Uji Asumsi Klasik	43
4.2.6 Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	46
4.2.7 Uji Hipotesis	48
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	50
4.3.1 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Blessing Sidikalang.....	50
4.3.2 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Blessing Sidikalang.....	51
4.3.3 Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Blessing Sidikalang.....	52
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	53
5.1 Kesimpulan	53
5.2 Saran.....	53
DAFTAR PUSTAKA.....	55
LAMPIRAN	59