

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah	5
1.3. Pembatasan Masalah	5
1.4. Rumusan Masalah.....	6
1.5. Tujuan Penelitian	6
1.6. Manfaat Penelitian	7

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1. Kerangka Teoritis	8
2.1.1. Lokasi	8
2.1.1.1. Pengertian Lokasi	8
2.1.2. Keragaman Produk.....	12
2.1.2.1. Pengertian Produk	12

2.1.2.2. Klasifikasi Produk.....	12
2.1.2.3. Atribut Produk.....	13
2.1.3. Harga.....	15
2.1.3.1. Pengertian Harga.....	15
2.1.3.2. Penetapan Harga.....	16
2.1.3.3. Faktor Yang Mempengaruhi Penetapan Harga.....	18
2.1.3.4. Metode Penetapan Harga.....	19
2.1.4. Keputusan Pembelian.....	21
2.1.4.1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	21
2.1.4.2. Tahap Pengambilan Keputusan Pembelian.....	22
2.1.4.3. Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian...	25
2.2. Penelitian Relevan.....	30
2.3. Kerangka Berpikir.....	32
2.4. Hipotesis.....	34

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi Penelitian.....	35
3.2. Populasi dan Sampel.....	35
3.2.1. Populasi.....	35
3.2.2. Sampel.....	35
3.3. Variabel Penelitian dan Defenisi Operasional.....	37
3.3.1. Variabel Penelitian.....	37
3.3.2. Defenisi Operasional.....	37
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	39

3.5. Uji Instrument Penelitian	41
3.5.1. Uji Validitas Dan Reabilitas	41
3.5.2. Mengubah data ordinal ke interval	42
3.5.3. Uji Normalitas	43
3.6. Teknik Analisis Data	43
3.6.1. Uji Asumsi Klasik	43
3.6.2. Analisis Regresi Berganda	45
3.6.3. Koefisien Determinan (R^2)	46
3.6.4. Uji Hipotesis	46
3.6.4. 1. Uji F	46
3.6.4. 2. Uji t	47

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian	48
4.2. Deskripsi Responden	58
4.3. Analisis Data Penelitian	59
4.3.1 Pengujian Angket	59
4.3.2 Deskripsi Data Penelitian	66
4.3.3 Transformasi Data Ordinal Ke Interval	69
4.3.4 Uji Normalitas	69
4.3.5 Uji Asumsi Klasik	70
4.3.6 Metode Persamaan Regresi Berganda	74
4.3.7 Koefisien Determinasi (R Square)	75

4.3.8 Pengujian Hipotesis	76
4.4. Pembahasan.....	79
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	83
5.2 Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA	



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Jumlah Responden.....	36
Tabel 3.2 Lay out angket.....	40
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Tabel 4.2 Lay out Deskripsi Responden Berdasarkan Umur	58
Tabel 4.3 Hasil Pengujian Validas Variabel X1.....	60
Tabel 4.4 Hasil Perhitungan Reliabilitas Variabel X1.....	61
Tabel 4.5 Hasil Pengujian Validas Variabel X2.....	61
Tabel 4.6 Hasil Perhitungan Reliabilitas Variabel X2.....	62
Tabel 4.7 Hasil Pengujian Validas Variabel X3.....	63
Tabel 4.8 Hasil Perhitungan Reabilitas Variabel X3.....	64
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Validas Variabel Y.....	64
Tabel 4.10 Hasil Perhitungan Reabilitas Variabel Y	65
Tabel 4.11 Deskripsi data variabel Lokasi	66
Tabel 4.12 Deskripsi data variabel Keragaman Produk.....	67
Tabel 4.13 Deskripsi data variabel Harga	67
Tabel 4.14 Deskripsi data variabel Keputusan Pembelian.....	68
Tabel 4.15 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	69
Tabel 4.16 Uji Multikolinieritas	71
Tabel 4.17 Kategori Korelasi	72
Tabel 4.18 Tabel Koefisien Determinasi Model Summary (b).....	72
Tabel 4.19 Hasil Perhitungan Regresi Linier Berganda	74
Tabel 4.20 Hasil Uji F Anova (b)	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tahap keputusan pembelian	24
Gambar 2.2 Bagan kerangka pemikiran.....	34
Gambar 4.1 Scatterplot	73



UNIVERSITAS NEGERI MEDAN
UNIMED

THE
Character Building
UNIVERSITY