

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	8
1.3 Pembatasan Masalah.....	8
1.4 Rumusan Masalah.....	9
1.5 Tujuan Penelitian.....	9
1.6 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Kerangka Teoritis.....	12
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	12
2.1.2 Harga.....	21
2.1.3 Kualitas.....	30
2.1.4 Promosi.....	38
2.2 Penelitian Relevan.....	45
2.3 Kerangka Berpikir.....	48
2.4 Hipotesis.....	50
BAB III METODE PENELITIAN	51
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	51
3.2 Populasi dan Sampel.....	51
3.2.1 Populasi.....	51
3.2.2. Sampel.....	51
3.3 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	53
3.3.1 Variabel Penelitian.....	53

3.3.2 Definisi Operasional.....	53
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	56
3.5 Uji instrumen Penelitian.....	58
3.5.1 Uji Validitas	58
3.5.2 Uji Reliabilitas	59
3.6 Teknik Analisis Data.....	59
3.6.1 Uji Asumsi Klasik	59
3.6.2 Regresi Linier Berganda	61
3.6.3 Uji Hipotesis	61
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	64
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	64
4.2 Hasil Penelitian	65
4.2.1 Karakteristik Responden	65
4.3 Hasil Analisis Data.....	66
4.3.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Harga (X1).....	66
4.3.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kualitas (X2)	67
4.3.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Promosi (X3)	69
4.3.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel (Y)	70
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik	72
4.4.1 Hasil Uji Normalitas	72
4.4.2 Uji Multikolinearitas	74
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	76
4.5 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	77
4.6 Uji Hipotesis	79
4.6.1 Hasil Uji t (Parsial).....	79
4.6.2 Uji F (Simultan)	81
4.7 Koefisien Determinasi (R^2).....	82
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian	82
4.8.1 Pengaruh Harga (X1) Terhadap Keputusan Pembelian	83
4.8.2 Pengaruh Kualitas (X2) Terhadap Keputusan Pembelian.....	83
4.8.3 Pengaruh Promosi (X3) Terhadap Keputusan Pembelian.....	84

4.8.4 Pengaruh Harga, Kualitas dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian...	85
BAB V PENUTUP.....	86
5.1 Kesimpulan	86
5.2 Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN.....	91

