

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	ii
ABSTRAK	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah	8
1.3. Batasan Masalah.....	8
1.4. Rumusan Masalah	9
1.5. Tujuan Penelitian.....	9
1.6. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
2.1. Landasan Teori	11
2.1.1. Keputusan Pembelian	11
2.1.2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	12
2.1.3. Tahap-Tahap Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	15
2.1.4. Indikator Keputusan Pembelian.....	17
2.1.5. Promosi.....	18
2.1.6. Tujuan Promosi.....	19
2.1.7. Bauran Promosi	20
2.1.8. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Promosi	21
2.1.9. Indikator Promosi	23
2.1.10. Harga	23
2.1.11. Tujuan Penetapan Harga.....	24
2.1.12. Metode Penetapan Harga.....	25
2.1.13. Indikator Harga.....	26
2.2. Penelitian yang Relevan	28
2.3. Kerangka Berpikir	33

2.4.	Hipotesis Penelitian.....	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		35
3.1.	Jenis Penelitian	35
3.2.	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	35
3.3.	Teknik Pengumpulan Data	35
3.4.	Populasi dan Sampel Penelitian.....	37
3.4.1.	Populasi	37
3.4.2.	Sampel Penelitian	37
3.5.	Variabel Penelitian	38
3.6.	Definisi Operasional.....	38
3.7.	Metode Analisis Data	39
3.7.1.	Uji Validitas.....	39
3.7.2.	Uji Reabilitas	40
3.8.	Uji Asumsi Klasik	40
3.8.1.	Uji Normalitas	40
3.8.2.	Uji Heteroskedastisitas	40
3.8.3.	Uji Multikolinearitas.....	41
3.9.	Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	41
3.10.	Uji Hipotesis.....	42
3.10.1.	Uji T.....	42
3.10.2.	Uji F.....	42
3.11.	Koefisien Determinasi (R ²).....	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		44
4.1.	Hasil Penelitian.....	44
4.1.1.	Deskripsi Objek Penelitian	44
4.1.2.	Visi dan Misi Eiger Store Simpang Pos Medan	45
4.1.3.	Struktur Organisasi Eiger Store Simpang Pos Medan.....	45
4.1.4.	Produk Eiger Store Simpang Pos Medan	46
4.2.	Identifikasi Responden Penelitian	48
4.2.1.	Identifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
4.2.2.	Identifikasi Responden Berdasarkan Usia.....	49
4.2.3.	Identifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan	49

4.2.4.	Identifikasi Responden Berdasarkan Pembelian	50
4.3.	Hasil Analisis Data	51
4.3.1.	Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Variabel Promosi (X1)	51
4.3.2.	Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Variabel Harga (X2)	52
4.3.3.	Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Variabel Keputusan Pembelian Y ..	53
4.4.	Hasil Uji Asumsi Klasik	54
4.4.1.	Hasil Uji Normalitas	54
4.4.2.	Hasil Uji Multikolinearitas	56
4.4.3.	Hasil Uji Heteroskedastisitas	57
4.5.	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	58
4.6.	Hasil Uji Hipotesis	60
4.6.1.	Hasil Uji t (parsial)	60
4.6.2.	Hasil Uji F (simultan)	61
4.7.	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	62
4.8.	Pembahasan Hasil Penelitian	63
4.8.1.	Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Eiger Store Simpang Pos Medan	63
4.8.2.	Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Eiger Store Simpang Pos Medan	64
4.8.3.	Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Eiger Store Simpang Pos Medan	65
	BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	66
5.1.	Kesimpulan	66
5.1.	Saran	67
	DAFTAR PUSTAKA	68