

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	8
1.3 Pembatasan Masalah.....	8
1.4 Rumusan Masalah.....	8
1.5 Tujuan Penelitian	9
1.6 Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Kajian Teoritis	11
2.1.1 Keputusan Pembelian	11
2.1.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian	11
2.1.1.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian	12
2.1.1.3 Indikator Keputusan Pembelian	15
2.1.2 Kualitas Pelayanan.....	18
2.1.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	18
2.1.2.2 Karakteristik Kualitas Pelayanan	20

2.1.2.3	Faktor-faktor yang mempengaruhi Kualitas Pelayanan ..	22
2.1.2.4	Indikator Kualitas Pelayanan.....	24
2.1.3	Promosi Penjualan.....	26
2.1.3.1	Pengertian Promosi Penjualan	26
2.1.3.2	Jenis Promosi Penjualan	28
2.1.3.3	Manfaat Promosi Penjualan	29
2.1.3.4	Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Promosi Penjualan ..	30
2.1.3.5	Tujuan Promosi Penjualan	31
2.1.3.6	Indikator Promosi Penjualan	31
2.2	Penelitian Yang Relevan.....	34
2.3	Kerangka Pemikiran.....	40
2.3.1	Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	41
2.3.2	Pengaruh Promosi Penjualan (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	42
2.3.3	Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) dan Promosi Penjualan (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	43
2.4	Hipotesis Penelitian	44
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		45
3.1	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	45
3.2	Populasi dan Sampel Penelitian	45
3.3	Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional.....	47
3.3.1	Dariabel Penelitian	47
3.3.2	Definisi Operasional.....	48
3.4	Jenis dan Sumber Data.....	50
3.4.1	Jenis Data	50

3.4.2	Sumber Data	50
3.5	Teknik Pengumpulan Data	50
3.5.1	Observasi	51
3.5.2	Wawancara	51
3.5.3	Studi Kepustakaan	51
3.5.4	Kuisisioner atau angket	51
3.6	Instrumen Penelitian	52
3.6.1	Uji Validitas	52
3.6.2	Uji Reliabilitas	53
3.7	Teknik Analisis Data	54
3.7.1	Uji Asumsi Klasik	54
3.7.2	Uji Normalitas Data	54
3.7.3	Uji Multikolinearitas	54
3.7.4	Uji Heterokedastisitas	55
3.7.5	Analisis Regresi Linear Berganda	55
3.8	Uji Hipotesis	56
3.8.1	Uji Parsial (Uji T)	56
3.8.2	Uji Simultan (Uji Statistik F)	57
3.8.3	Koefisien Determinasi (R^2)	57
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		58
4.1	Hasil Penelitian	58
4.1.1	Sejarah Singkat Parfum Zeo	58
4.1.2	Visi dan Misi Parfum Zeo	59
4.2	Pembahasan Penelitian	59
4.2.1	Identifikasi Responden	59

4.2.1.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	60
4.3	Analisis Data Penelitian.....	60
4.3.1	Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner.....	60
4.3.1.1	Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1).....	61
4.3.1.2	Uji Validitas Variabel Promosi Penjualan (X2).....	62
4.3.1.3	Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	63
4.4	Uji Asumsi Klasik	64
4.4.1.	Uji Normalitas	64
4.4.1.1	Histogram.....	65
4.4.1.2	Normality Probability Plot.....	66
4.4.1.3	Uji Multikolinearitas	67
4.4.1.4	Uji Heterokedastisitas	68
4.4.2	Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	70
4.4.3	Uji Hipotesis.....	71
4.4.3.1	Uji Parsial (Uji T)	71
4.4.3.2	Uji F (Simultan)	72
4.4.4	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	73
4.5	Pembahasan	74
4.5.1	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada UD. Zeo Parfum Medan.	74
4.5.2	Pengaruh Promosi Pejualan terhadap Keputusan Pembelian Pada UD. Zeo Parfum Medan.	76
4.5.3	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada UD. Zeo Parfum Medan.....	77
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		79
5.1	Kesimpulan.....	79

5.2	Saran	79
DAFTAR PUSTAKA		81

