

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
LEMBAR PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
i	
DAFTAR LAMPIRAN	xi
x	

BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Wingman Denim.....	2
1.1.2 Visi Dan Misi Wingman Denim.....	2
1.1.3 Logo Wingman Denim.....	2
1.1.4 Produk	3
1.1.5 Struktur Organisasi	5
1.2 Latar Belakang	6
1.3 Rumusan Masalah	13
1.4 Tujuan Penelitian	13
1.5 Kegunaan Penelitian.....	13
1.6 Sistematika Penulisan.....	14
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	 15
2.1 Tinjauan Pustaka	15
2.1.1 Pengertian Pemasaran	15

2.1.2	Pengertian Manajemen Pemasaran	16
2.1.3	Bauran Pemasaran.....	16
2.2	Produk.....	19
2.2.1	Pengertian Produk.....	19
2.2.2	Klasifikasi Produk	19
2.2.3	Tingkatan Produk.....	20
2.2.4	Kualitas Produk	20
2.2.5	Pengukuran Kualitas Produk	21
2.3	Harga	22
2.3.1	Pengertian Harga	22
2.3.2	Dimensi dan Indikator Harga	24
2.3.3	Peranan Harga	25
2.4	Perilaku Konsumen	26
2.4.1	Pengertian Perilaku Konsumen	26
2.4.2	Keputusan Pembelian.....	27
2.4.3	Proses Keputusan Pembelian.....	29
2.4.4	Tahap-tahap Proses Keputusan Pembelian	29
2.4.5	Hubungan Antar Variabel Harga Dengan Keputusan Pembelian	31
2.4.6	Hubungan Kualitas Produk Dengan Keputusan Pembelian	31
2.4.7	Hubungan Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	32
2.5	Penelitian Terdahulu	32
2.6	Kerangka Pemikiran.....	36
2.7	Hipotesis Penelitian.....	38
BAB III METODE PENELITIAN		39
3.1	Jenis Penelitian.....	39
3.2	Variabel Operasional dan Skala Pengukuran	39
3.2.1	Variabel Operasional	38
3.2.2	Skala Pengukuran	43

3.3	Tahapan Penelitian	44
3.4	Populasi dan Sampel	45
3.4.1	Populasi	45
3.4.2	Sampel.....	45
3.4.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	46
3.5	Pengumpulan Data	47
3.5.1	Jenis Data	47
3.5.2	Teknik Pengumpulan Data.....	48

3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas	49
3.6.1	Uji Validitas.....	49
3.6.2	Uji Realibilitas	50
3.7	Teknik Analisis Data	51
3.7.1	Analisis Deskriptif	51
3.8	Uji Asumsi Klasik	53
3.8.1	Uji Normalitas	53
3.8.2	Uji Multikolinieritas.....	53
3.9	Uji Hipotesis (Uji T).....	54
3.10	Koefisien Determinasi	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		57
4.1	Hasil Penelitian	57
4.1.1	Gambaran Umum Responden.....	57
4.1.2	Tanggapan mengenai Variabel Pengaruh Kualitas Produk	63
4.1.3	Tanggapan mengenai Variabel Pengaruh Harga	72
4.1.4	Tanggapan Mengenai Keputusan Pembelian (Y)	76
4.2	Uji Asumsi Klasik	83
4.3	Pengaruh Kualitas produk terhadap Keputusan pembelian Pada konsumen Wingman Denim Bandung	88
4.4	Pembahasan.....	93
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		94
5.1	Kesimpulan	94
5.2	Saran	94
DAFTAR PUSTAKA		96
LAMPIRAN		97