

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Profil Sumbar <i>Smartphone</i>	1
1.1.2 Logo Perusahaan	2
1.1.3 Skala Usaha dan Perkembangan Usaha	2
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	3
1.3 Rumusan Masalah	9
1.5 Kegunaan Penelitian	9
1.5.1 Kegunaan Teoritis	9
1.5.2 Kegunaan Praktis	9
1.6 Sistematika Penulisan	10
BAB II	12

TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	12
2.1.1 Pengertian Pemasaran	12
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	13
2.1.3 Promosi	14
2.1.4 Bauran Promosi.....	14
2.1.5 Harga.....	15
2.1.6 Dimensi Harga	16
2.1.7 Pengertian Keputusan Pembelian	17
2.1.8 Dimensi Keputusan Pembelian.....	18
2.1.9 Proses Keputusan Pembelian	20
2.1.10 Hubungan antara Promosi terhadap Keputusan Pembelian	21
2.1.11 Hubungan antara Harga terhadap Keputusan Pembelian	22
2.2 Penelitian Terdahulu	22
2.2.1 Ulasan Jurnal Nasional	22
2.2.2 Ulasan Jurnal Internasional.....	27
2.3 Kerangka Pemikiran	32
2.4 Hipotesis Penelitian	37
2.5 Ruang Lingkup Penelitian	37
2.5.1 Variabel Penelitian.....	37
2.5.2 Lokasi dan Objek Penelitian	37
2.5.3 Waktu dan Periode Penelitian	37
BAB III.....	38
METODE PENELITIAN	38

3.1 Jenis Penelitian	38
3.2 Variabel Operasional dan Skala Pengukuran	38
3.2.1 Variabel Operasional	38
3.2.2 Skala Pengukuran	43
3.3 Tahapan Penelitian	44
3.4 Populasi dan Sampel.....	44
3.4.1 Populasi.....	44
3.4.2 Sampel	45
3.4.3 Teknik Sampling.....	46
3.5 Teknik Pengumpulan Data	46
3.5.1 Data Primer	46
3.5.2 Data Sekunder.....	46
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	47
3.6.1 Uji Validitas	47
3.6.2 Uji Reabilitas	49
3.7 Teknik Analisis Data	50
3.7.1 Analisis Deskriptif	50
3.7.2 <i>Method of Succesive Interval</i> (MSI)	52
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	53
3.7.4 Analisis Regresi Linier Berganda	55
3.7.5 Uji Hipotesis	55
BAB IV	57
HASIL PENELITIAN	57
4.1 Karakteristik Responden	57
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin	57

4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	58
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	59
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan	60
4.2 Uji Validitas dan Realibilitas	60
4.2.1 Uji Validitas	60
4.2.2 Uji Realibilitas	62
4.3 Analisis Deskriptif	62
4.3.1 Tanggapan Responden mengenai Promosi	63
4.3.2 Tanggapan Responden mengenai Harga	65
4.3.3 Tanggapan Responden mengenai Keputusan Pembelian	66
4.4 Analisis Data	68
4.4.1 Uji Asumsi Klasik	68
4.4.2 Analisis Regresi Linier Berganda	72
4.4.3 Koefisien Determinasi	74
4.4.4 Uji Hipotesis	75
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian	78
BAB V	80
KESIMPULAN DAN SARAN	80
5.1 Kesimpulan	80
5.2 Saran	81
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan	81
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	81
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN	86