

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| HALAMAN PERNYATAAN | i |
| HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN | ii |
| KATA PENGANTAR | iii |
| ABSTRAK | v |
| DAFTAR ISI | vii |
| DAFTAR GAMBAR | xi |
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian | 1 |
| 1.1.1. Profil Umum Sentra Printing | 1 |
| 1.1.2. Produk Perusahaan | 2 |
| 1.1.3. Logo Perusahaan | 4 |
| 1.2. Latar Belakang Penelitian | 5 |
| 1.3. Rumusan Masalah | 26 |
| 1.4. Tujuan Penelitian | 26 |
| 1.5. Manfaat Penelitian | 26 |
| 1.5.1. Aspek Teoritis | 26 |
| 1.5.2. Aspek Praktis | 27 |
| 1.6. Sistematika Penulisan | 27 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 28 |
| 2.1. Rangkuman Teori | 28 |
| 2.1.1. Pemasaran | 28 |
| 2.1.2. <i>Marketing Mix</i> | 29 |
| 2.1.3. Keputusan Pembelian | 31 |
| 2.1.3.1. Tahapan Keputusan Pembelian | 32 |
| 2.1.3.2. Langkah– Langkah Dalam Proses Keputusan Pembelian | 33 |
| 2.1.3.3. Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian | 33 |
| 2.2. Penelitian Terdahulu | 34 |
| 2.3. Kerangka Pemikiran | 47 |

| | |
|--|-----------|
| 2.4. Hipotesis Penelitian | 48 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 49 |
| 3.1. Jenis Penelitian | 49 |
| 3.2. Operasional Variabel dan Skala Pengukuran | 49 |
| 3.2.1. Operasional Variabel | 49 |
| 3.2.2. Skala Pengukuran | 52 |
| 3.3. Tahapan Penelitian | 54 |
| 3.4. Populasi,Sampel dan Teknik Sampling | 54 |
| 3.4.1. Populasi | 54 |
| 3.4.2. Sampel | 55 |
| 3.4.3. Teknik Sampling | 56 |
| 3.5. Pengumpulan Data | 57 |
| 3.5.1. Sumber Data | 57 |
| 3.5.2. Teknik Pengumpulan Data | 57 |
| 3.6. Uji Validitas dan Uji Realibilitas | 58 |
| 3.6.1. Uji Validitas | 58 |
| 3.6.2. Uji Reliabilitas | 60 |
| 3.7. Teknik Analisis Data | 61 |
| 3.7.1. Analisis Deskriptif | 61 |
| 3.8. Uji Asumsi Klasik | 63 |
| 3.8.1. Uji Normalitas | 63 |
| 3.8.2. Uji Multikolinearitas | 63 |
| 3.8.3. Uji Heteroskedastisitas | 64 |
| 3.9. Regresi Linear Berganda | 65 |
| 3.10. Uji Hipotesis | 65 |
| 3.10.1 Uji Simultan (Uji F) | 65 |
| 3.10.2. Uji Parsial (Uji T) | 66 |
| 3.10.3. Koefisien Determinasi | 67 |

| | |
|---|-----------|
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 69 |
| 4.1. Pengumpulan Data | 69 |
| 4.2. Karakteristik Responden | 69 |
| 4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia | 69 |
| 4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan | 70 |
| 4.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan | 71 |
| 4.3. Hasil Penelitian | 72 |
| 4.3.1. Analisis Deskriptif | 72 |
| 4.4. Uji Asumsi Klasik | 92 |
| 4.4.1. Uji Normalitas | 92 |
| 4.4.2. Uji Multikolinearitas | 94 |
| 4.4.3. Uji Heteroskedastisitas | 95 |
| 4.5. Analisis Regresi Linear Berganda | 96 |
| 4.6. Uji Hipotesis | 98 |
| 4.6.1. Uji F | 98 |
| 4.6.2. Uji T | 99 |
| 4.6.3. Koefisien Determinasi | 100 |
| 4.7. Pembahasan Hasil Penelitian | 101 |
| 4.7.1. Pembahasan Penilaian Responden Terhadap Variabel Penelitian | 101 |
| 4.7.2 Pengaruh <i>Marketing Mix</i> terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Wood Art</i> Sentra Printing Medan secara simultan | 103 |
| 4.7.3 Pengaruh <i>Marketing Mix</i> terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Wood Art</i> sentra printing medan secara parsial | 103 |
| 4.7.3.1 Pengaruh Dimensi <i>Product</i> terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Wood Art</i> Sentra Printing Medan | 103 |
| 4.7.3.2 Pengaruh Dimensi <i>Price</i> terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Wood Art</i> Sentra Printing Medan | 103 |
| 4.7.3.3 Pengaruh Dimensi <i>Place</i> terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Wood Art</i> Sentra Printing Medan | 104 |

| | |
|--|------------|
| 4.7.3.4 Pengaruh Dimensi <i>Promotion</i> terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Wood Art</i> Sentra Printing Medan | 104 |
| 4.7.3.5 Pengaruh Dimensi <i>Process</i> terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Wood Art</i> Sentra Printing Medan | 104 |
| 4.7.3.6 Pengaruh Dimensi <i>People</i> terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Wood Art</i> Sentra Printing Medan | 104 |
| 4.7.3.7. Pengaruh Dimensi <i>Physical Evidence</i> terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Wood Art</i> Sentra Printing Medan | 105 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | 106 |
| 5.1. Kesimpulan | 106 |
| 5.2. Saran | 107 |
| 5.2.1. Saran Teoritis | 107 |
| 5.2.2. Saran Praktis | 107 |
| Daftar Pustaka | 110 |
| Lampiran | 114 |