

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
MOTO DAN PERSEMBAHAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ii
DAFTAR GAMBAR.....	iii
DAFTAR LAMPIRAN	iv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan.....	1
1.1.2 Logo Perusahaan	2
1.1.3 Produk Perusahaan	3
1.2 Latar Belakang Penelitian	6
1.3 Perumusan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Kegunaan Penelitian.....	9
1.6 Waktu dan Periode Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Tinjauan Pustaka	11
2.1.1 Pemasaran	11
2.1.2 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	11
2.1.3 Perilaku Konsumen	13
2.1.4 Produk	15
2.1.5 Kualitas Produk.....	16
2.1.6 Harga.....	18
2.1.7 Keputusan Pembelian.....	20
2.1.8 Hubungan Antar Variabel Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian....	21
2.1.9 Hubungan antar Variabel Harga dan Keputusan Pembelian.....	21
2.2 Penelitian Terdahulu	22
2.3 Kerangka Pemikiran.....	31

2.4 Hipotesis Penelitian.....	33
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	34
BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1 Jenis Penelitian.....	35
3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran.....	36
3.2.1 Operasional Variabel.....	36
3.2.2 Skala Pengukuran.....	38
3.3 Populasi dan sampel.....	38
3.3.1 Populasi.....	38
3.3.2 Sampel.....	39
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.4.1 Data Primer.....	40
3.4.2 Data Sekunder.....	40
3.5 Uji Validitas Dan Reliabilitas.....	41
3.5.1 Uji Validitas.....	41
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	41
3.6 Teknik Analisis Data.....	42
3.6.1 Analisis Deskriptif.....	42
3.7 <i>Method Successive Interval</i> (MSI).....	42
3.8 Uji Asumsi Klasik.....	43
3.8.1 Uji Normalitas.....	44
3.8.2 Uji Heteroskedastisitas.....	44
3.8.3 Uji Multikolinearitas.....	44
3.9 Analisis Regresi Linear Berganda.....	45
3.10 Uji Hipotesis.....	45
3.10.1 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji T).....	45
3.10.2 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F).....	46
3.10.3 Koefisien Determinasi.....	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1 Pengumpulan Data.....	47
4.2 Analisis Karakteristik Responden.....	47
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	48
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	49
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Bulanan.....	49

4.3 Teknik Analisis Data.....	50
4.3.1 Analisis Deskriptif Kualitas Produk (X1).....	50
4.3.2 Analisis Deskriptif Harga (X2).....	56
4.3.3 Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian (Y).....	58
4.4 Method of Successive Interval (MSI).....	61
4.5 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	61
4.4.1 Uji Normalitas.....	61
4.4.2 Uji Multikolinearitas.....	63
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	63
4.6 Uji Regresi Linear Berganda.....	65
4.7 Uji Hipotesis.....	67
4.7.1 Uji Parsial (Uji-T).....	67
4.7.2 Uji Simultan (Uji-F).....	68
4.7.3 Koefisien Determinasi.....	69
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian.....	70
4.8.1 Analisis Karakteristik Responden.....	70
4.8.2 Pembahasan Analisis Deskriptif.....	70
4.8.3 Pembahasan Uji Hipotesis.....	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	74
5.1 Kesimpulan.....	74
5.2 Saran.....	74
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan.....	74
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Berikutnya.....	75
DAFTAR PUSTAKA.....	76
LAMPIRAN.....	51

