

## DAFTAR ISI

JUDUL .....	i
KATA PENGANTAR .....	iv
ABTRAK .....	vi
<i>ABSTRACT</i> .....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Profil Objek Penelitian .....	1
1.1.1 Sejarah Objek Penelitian .....	1
1.1.2 Visi dan Misi .....	2
1.1.3 Katalog Produk Q Florist .....	3
1.1.4 Profil Dan Segmentasi Customer .....	7
1.2 Latar Belakang.....	8
1.3 Rumusan Masalah.....	15
1.4 Tujuan Penelitian.....	15
1.5 Kegunaan Penelitian .....	16
1.5.1 Kegunaan Teoritis .....	16
1.5.2 Kegunaan Praktis .....	16
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir .....	16
1.6.1 Bab I Pendahuluan.....	16
1.6.2 Bab II Tinjauan Pustaka .....	16
1.6.3 Bab III Metode Penelitian.....	17
1.6.4 Bab IV Hasil Penelitian Dan Pembahasan.....	17
1.6.5 Bab V Kesimpulan dan Saran.....	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	18
2.1 Pemasaran.....	18

2.1.1 Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ) .....	18
2.2 <i>Price</i> (Harga) .....	19
2.2.1 Pengertian Harga.....	19
2.2.2 Indikator Harga.....	19
2.3 <i>Promotion</i> (Promosi).....	20
2.3.1 Pengertian Promosi .....	20
2.3.2 Indikator Promosi.....	21
2.4 Keputusan Pembelian.....	22
2.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian .....	22
2.4.2 Indikator Keputusan Pembelian .....	22
2.5 Hubungan Antar Variabel .....	23
2.5.1 Hubungan Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	23
2.5.2 Hubungan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	23
2.6 Penelitian Terdahulu .....	24
2.7 Kerangka Pemikiran.....	33
2.8 Hipotesis Penelitian.....	35
2.9 Ruang Lingkup Penelitian .....	35
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>36</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	36
3.2 Variabel Operasional Dan Skala Pengukuran .....	36
3.2.1 Skala Pengukuran.....	38
3.3 Tahapan Penelitian.....	40
3.4 Populasi Dan Sampel .....	40
3.4.1 Populasi .....	40
3.4.2 Sampel.....	40
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	41
3.5.1 Teknik Sampling .....	42
3.5.2 Data Primer.....	42
3.5.3 Data Sekunder.....	42
3.6 Uji Validitas Dan Realibilitas .....	43

3.6.1 Uji Validitas.....	43
3.6.2 Uji Realibilitas.....	44
3.7 Analisis Data.....	45
3.7.1 Analisi Deskriptif.....	46
3.7.2 <i>Method Of Successive Interval</i> (Msi).....	47
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	48
3.7.4 Uji Hipotesis Parsial (Uji T).....	48
3.7.5 Uji Hipotesis Simultan (Uji F).....	49
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>51</b>
4.1 Pengumpulan Data .....	51
4.2 Karakteristik Responden .....	51
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	51
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	52
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan .....	53
4.3 Hasil Penelitian .....	53
4.3.1 Analisis Deskriptif .....	53
4.3.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel X1, X2, Y.....	54
4.3.3 Uji Validitas.....	64
4.3.4 Uji Reabilitas .....	68
4.3.5 <i>Method of Successive Interval</i> (MSI).....	68
4.3.6 Uji Asumsi Klasik` .....	69
4.3.7 Uji Hipotesis .....	72
4.3.8 Uji Koefisien Determinasi.....	74
4.4 Pembahasan dan Hasil Penelitian .....	74
4.4.1 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Harga.....	75
4.4.2 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Promosi .....	75
4.4.3 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian .....	75
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>77</b>
5.1 Kesimpulan.....	77
5.2 Saran.....	78

5.2.1 Saran untuk Q Florist .....	78
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya.....	81
DAFTAR PUSTAKA .....	83
LAMPIRAN .....	86

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Pra Survey tentang Penelitian .....	10
Tabel 2. 1 Jurnal Nasional.....	24
Tabel 2. 2 Jurnal Internasional .....	29
Tabel 3.1 Variabel Operasional.....	37
Tabel 3.2 Instrumen Skala Likert .....	39
Tabel 3.3 Kriteria Interpretasi Skor .....	47
Tabel 4. 1 Tanggapan Terhadap Variabel Harga.....	54
Tabel 4. 2 Tanggapan Terhadap Variabel Promosi .....	57
Tabel 4. 3 Tanggapan Terhadap Variabel Keputusan Pembelian .....	61
Tabel 5. 1 Perbandingan harga Q Florist dengan kompetitor.....	77