

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.4.1 Manfaat Teoritis	12
1.4.2 Manfaat Praktis	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Kajian Teori	15
2.1.1 <i>Theory of Planned Behavior</i>	15
2.1.2 Definisi Keputusan Pembelian	16
2.1.3 Harga	18
2.1.4 Promosi	20
2.2 Penelitian Terdahulu	22
2.3 Kerangka Berpikir	26
2.4 Hipotesis	27
2.4.1 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	28
2.4.2 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	28
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1 Jenis Penelitian	30
3.2 Objek Penelitian	30
3.3 Populasi Dan Sampel	30
3.3.1 Populasi	30
3.3.2 Sampel	31
3.4 Definisi Operasional	32
3.4.1 Variabel Independen	32
3.5 Teknik Analisis Data	35

3.5.1 Analisis Deskriptif.....	35
3.6 Uji Penyataan Analisis (Metode Pengujian Data)	36
3.6.1 Uji Validitas.....	36
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	36
3.7 Pengujian Asumsi Klasik.....	36
3.7.1 Uji Normalitas	37
3.7.2 Uji Multikolonieritas	37
3.7.3 Uji Heteroskedastisitas	37
3.8 Pengujian Hipotesis	38
3.8.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	38
3.8.2 Uji Simultan F	38
3.8.3 Uji T.....	39
3.8.4 Koefisien Determinasi (R^2).....	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Hasil Analisis Data	40
4.2 Karakteristik Responden.....	40
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	41
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan	41
4.2.4 Statistik Deskriptif	42
4.3 Uji Instrumen	43
4.3.1 Uji Validitas	43
4.3.2 Uji Reabilitas	44
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	45
4.4.1 Uji Normalitas.....	45
4.4.2 Uji Multikolinearitas	47
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	48
4.5 Uji Hipotesis	49
4.5.1 Uji Regresi Linear Berganda	49
4.5.2 Uji Simultan F.....	50
4.5.3 Uji T.....	50
4.5.4 Koefisien Determinasi (R^2).....	51
4.6 Pembahasan.....	52
4.6.1 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	52
4.6.2 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	53
BAB V PENUTUP	55
5.1 Kesimpulan	55
5.2 Saran	56
5.2.1 Bagi Perusahaan.....	56
5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya.....	57
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN KUESIONER.....	67