

# DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
ABSTRAK .....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Praktis .....	6
1.4.2 Manfaat Teoritis .....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Kajian Teori.....	8
2.1.1 Perilaku Konsumen .....	8
2.1.2 Keputusan Pembelian.....	10
2.1.3 Harga .....	13
2.1.4 Kualitas Produk.....	16
2.1.5 Promosi.....	17
2.2 Penelitian Terdahulu .....	21
2.3 Kerangka Berpikir .....	26
2.4 Hipotesis.....	27
2.4.1 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian .....	27
2.4.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian .....	27
2.4.3 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.....	31
3.3.1 Populasi .....	31
3.3.2 Sampel .....	32
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	32
3.5 Definisi Operasional.....	33
3.6 Teknik Analisis Data .....	35
3.7 Analisis Statistik Deskriptif.....	36
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	36
3.8.1 Uji Validitas.....	36
3.8.2 Uji Reliabilitas.....	37
3.9 Uji Asumsi Klasik .....	37
3.9.1 Uji Normalitas .....	38
3.9.2 Uji Multikolinieritas .....	38
3.9.3 Uji Heteroskedastisitas .....	39
3.9.4 Analisis Linear Berganda .....	39
3.10 Uji Hipotesis .....	40
3.10.1 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	40
3.10.2 Uji F (Anova).....	40
3.10.3 Uji T (Parsial).....	41
<b>BAB IV HASIL DAN ANALISIS PENELITIAN.....</b>	<b>43</b>
4.1 Hasil Analisis Data .....	43
4.1.1 Karakteristik Responden.....	43
4.1.2 Hasil Analisis Deskriptif .....	46
4.1.3 Hasil Uji Validitas .....	49
4.1.4 Hasil Uji Reliabilitas .....	51
4.1.5 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	53
4.1.6 Analisis Regresi Linear Berganda .....	56
4.1.7 Hasil Uji Hipotesis.....	58

4.2 Pembahasan.....	61
4.2.1 Pengaruh Harga (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	61
4.2.2 Pengaruh Kualitas Produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	63
4.2.3 Pengaruh Promosi (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	65
BAB V.....	67
PENUTUP.....	67
5.1 Kesimpulan.....	67
5.2 Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA .....	69
LAMPIRAN – LAMPIRAN.....	74

