

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	vi
ABSTRACT	ix
ABSTRAK	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	1
1.3. Tujuan Penelitian.....	1
1.4. Manfaat Penelitian.....	2
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	3
2.1. Kajian Teori.....	3
2.1.1. Perilaku Konsumen	3
2.1.2. Kualitas Produk.....	5
2.1.3. Harga	6
2.1.4. Distribusi.....	8
2.1.5. Promosi	11
2.1.6. Keputusan Pembelian.....	13
2.2. Penelitian Terdahulu.....	16
2.3. Model Penelitian.....	19
2.4. Hipotesis Penelitian Tentang Hubungan Antar Variabel	20
2.4.1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	20
2.4.2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	20
2.4.3. Pengaruh Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian.....	21
2.4.4. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	21
BAB III METODE PENELITIAN	22
3.1. Jenis Penelitian	22
3.2. Objek penelitian	22
3.3. Populasi dan Sampel	23
3.3.1. Populasi.....	23

3.3.2.	Sampel.....	24
3.4.	Teknik Pengumpulan Data	24
3.5.	Definisi Operasional.....	25
3.6.	Teknik Analisis Data	29
3.6.1.	Analisis Deskriptif	29
3.6.2.	Uji Validitas	29
3.6.3.	Uji Reliabilitas	30
3.6.4.	Uji Asumsi Klasik.....	31
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	34
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian dan Karakteristik Responden	34
4.1.1.	Karaterisktik Berdasarkan Jenis Kelamin.	34
4.1.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	35
4.1.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Konsumen.....	36
4.1.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Total Pembelian per Bulan 36	
4.1.5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Cara Bertransaksi Offline Maupun Online.	37
4.2.	Statistik Deskriptif.....	38
4.2.1.	Hasil Analisis Deskriptif Kualitas Produk (X1).....	38
4.2.2.	Hasil Analisis Deskriptif Harga (X2).....	39
4.2.3.	Hasil Analisis Deskriptif Distribusi (X3).....	40
4.2.4.	Hasil Analisis Deskriptif Promosi (X4)	41
4.2.5.	Hasil Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian (Y).....	42
4.3.	Uji Instrumen.....	43
4.3.1.	Hasil Uji Validitas	43
4.4.	Uji Realiabilitas	47
4.5.	Uji Asumsi Klasik	48
4.5.1.	Uji Normalitas	48
4.5.2.	Uji Multikolinearitas	49
4.5.3.	Uji Heteroskedasitas.....	50
4.6.	Hasil Regresi Linier Berganda	50
4.7.	Pengajuan Hipotesis	52
4.7.1.	Uji F (Anova)	52
4.7.2.	Uji T (Parsial).....	53
4.8.	Koefisien Determinasi R2	54
4.9.	Pembahasan	55

4.9.1.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	55
4.9.2.	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	56
4.9.3.	Pengaruh Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian.....	57
4.9.4.	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	58
BAB V PENUTUP		60
5.1.	Kesimpulan.....	60
5.2.	Saran	61
5.2.1.	Bagi Perusahaan	61
5.2.2.	Bagi Peneliti Selanjutnya	61
DAFTAR PUSTAKA		62
LAMPIRAN.....		66

