

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang	4
1.3 Rumusan Masalah	11
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Batasan Penelitian	12
1.6 Manfaat Penelitian	12
1.7 Sistematika Penulisan.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Landasan Teori	15
2.1.1 Pemasaran	15
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	15
2.1.3 Bauran Pemasaran	15
2.1.4 Kualitas Produk	17
2.1.5 Harga	19
2.1.6 Keputusan Pembelian	22
2.1.7 Hubungan Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian	26
2.2 Penelitian Terdahulu	26

2.4 Hipotesis Penelitian.....	30
2.5 Ruang Lingkup Penelitian	30
2.3 Kerangka Pemikiran	29
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Jenis Penelitian	32
3.2 Variabel Operasional	33
3.3 Tahapan Penelitian	39
3.4 Skala Pengukuran.....	40
3.5 Populasi dan Sampel	42
3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas	45
3.8 Teknik Analisis Data	50
3.9 Analisis Regresi Linier Berganda	54
3.10 Uji Hipotesis.....	55
3.11 Koefisien Determinasi (R ²)	56
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	58
4.1 Karakteristik Responden	58
4.1.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
4.1.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	59
4.1.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	60
4.1.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan	60
4.1.5 Deskripsi Responden Frekuensi Pembelian	61
4.2 Hasil Penelitian	62
4.2.1 Validitas	62
4.2.2 Realibilitas	63
4.2.3 Analisis Deskriptif	64
4.2.4 Uji Asumsi Klasik	68
4.2.5 Uji Regresi Linier Berganda	72
4.2.6 Uji t	73
4.2.7 Uji F (Anova)	74

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	77
5.1 Kesimpulan	77
5.2 Saran	78
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN	83