

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
CURRICULUM VITAE	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Permasalahan.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Batasan masalah.....	5
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Tujuan Penelitian	5
1.4.2 Manfaat Penelitian	6
1.5 Asumsi Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
2.1 Produk.....	8
2.1.1 Pengertian Produk.....	8
2.1.2 Pengertian Kualitas Produk	9
2.1.3 Indikator Kualitas Produk.....	11
2.2 Harga.....	11
2.2.1 Pengertian Harga	11
2.2.2 Tujuan Penetapan Harga.....	13
2.2.3 Peran Harga	13
2.2.4 Indikator Harga.....	14

2.3	Promosi	15
2.3.1	Pengertian Promosi	15
2.3.2	Tujuan Promosi.....	16
2.3.3	Beberapa Cara Promosi Penjualan.....	16
2.3.4	Indikator Promosi	18
2.4	Keputusan Pembelian	18
2.4.1	Pengertian Keputusan Pembelian	18
2.4.2	Tahapan Dalam Pengambilan Keputusan	19
2.4.3	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian ...	20
2.4.4	Indikator Keputusan Pembelian.....	21
2.5	Penelitian Sebelumnya.....	22
2.6	Kerangka Berpikir dan Hipotesis Penelitian.....	25
2.6.1	Kerangka Berpikir	25
2.6.2	Hipotesis	25
BAB III	METODE PENELITIAN	27
3.1	Jenis Penelitian	27
3.2	Definisi Operasional Variabel	27
3.3	Populasi dan Sampel.....	30
3.3.1	Populasi.....	30
3.3.2	Sampel	31
3.4	Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data.....	32
3.4.1	Sumber Data	32
3.4.2	Metode Pengumpulan Data.....	33
3.5	Metode Analisis Data	34
3.5.1	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	35
3.5.2	Uji Asumsi Klasik.....	36
3.5.3	Analisis Regresi Linier Berganda	38
3.5.4	Koefisien Determinasi	39
3.5.5	Uji Hipotesis	39
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
4.1	Hasil Penelitian	42
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan	42
4.1.2	Deskripsi Data Responden.....	42
4.1.3	Deskripsi Variabel Independen dan Dependen.....	44
4.2	Analisis Data.....	47
4.2.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	47
4.2.2	Uji Asumsi Klasik.....	50
4.2.3	Analisis Regresi Linier Berganda	53
4.2.4	Koefisien Determinasi	54
4.2.5	Uji Hipotesis	55
4.3	Pembahasan	58

4.3.1 Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Simultan	58
4.3.2 Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Parsial	60
4.3.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Secara Dominan	63
4.3.4 Hasil Kerangka Berpikir.....	64
 BAB V PENUTUP	 66
5.1 Kesimpulan	66
5.2 Saran	66

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN