

DAFTAR ISI

Daftar isi	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
CURRICULUM VITAE	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I : PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Batasan Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	5
1.6 Asumsi Penelitian	6
BAB II : KAJIAN PUSTAKA	8
2.1 Harga.....	7
2.1.1 Pengertian Harga	8
2.1.2 Indikator Harga	8
2.2 Promosi	9
2.2.1 Pengertian Promosi	9
2.2.2. Indikator Promosi.....	11
2.3 Kualitas Produk.....	12
2.3.1 Pengertian Kualitas Produk.....	14
2.3.2 Indikator Kualitas Produk	15
2.4 Keputusan Pembelian	15
2.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	16
2.4.2 Indikator Keputusan Pembelian	14
2.5 Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada CV. Pia Manalagi Probolinggo	17
2.6 Penelitian Sebelumnya.....	20

2.7 Kerangka Berpikir dan Hipotesis Penelitian.....	22
2.7.2 Hipotesis.....	23
BAB III : METODE PENELITIAN.....	26
3.1 Jenis Penelitian	24
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	24
3.3 Populasi dan Sampel.....	28
3.3.1 Populasi.....	28
3.3.2 Sampel.....	29
3.4 Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data.....	30
3.4.1 Sumber Data.....	30
3.4.2 Metode Pengumpulan Data.....	31
3.5 Metode Analisis Data.....	33
3.5.1 Uji Validitas	33
3.5.2 Uji Asumsi Klasik.....	34
3.5.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	38
3.5.4 Koefisien Determinasi	38
3.5.5 Uji Hipotesis	39
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	42
4.1 Hasil Penelitian.....	42
4.1.1 Sejarah Singkat CV. Pia Manalagi Probolinggo.....	42
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	44
4.1.3 Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas.....	44
4.1.4 Deskripsi Responden.....	47
4.1.5 Deskripsi Variabel Dependen dan Independen.....	49
4.2 Analisis Data.....	54
4.2.1 Uji Validitas.....	54
4.2.2 Uji Asumsi Klasik.....	58
4.2.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	61
4.2.4 Koefisien determinasi.....	63
4.2.5 Pengujian Hipotesis.....	63
4.3 Pembahasan.....	67
4.3.1 Pengaruh Harga, promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Secara Parsial.....	67
4.3.2 Pengaruh Harga, promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Secara Simultan.....	68
4.3.3 Pengaruh Harga, promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Secara Dominan.....	69
4.3.4 Kerangka Berpikir.....	70

BAB V : PENUTUP	72
5.1 Kesimpulan.....	72
5.2 Saran.....	72

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN