

## DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan.....	
Halaman Sampul Dalam .....	
Halaman Persetujuan.....	i
Lembar Pengesahan .....	ii
Halaman Motto.....	iii
Halaman Persembahan .....	iv
Kata Pengantar .....	v
Daftar Isi.....	vii
Daftar Tabel .....	xii
Daftar Gambar.....	xvi
Daftar Lampiran .....	xvii
Abstrak .....	xviii
<i>Abstract</i> .....	xix

### BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah.....	5

C. Rumusan Masalah.....	6
D. Tujuan Penelitian .....	7
E. Kegunaan Penelitian .....	7
F. Hipotesis Penelitian .....	8
G. Ruang lingkup dan Keterbatasan Penelitian .....	11
H. Definisi Operasional .....	12
I. Sistematika Penulisan Skripsi.....	10

## **BAB II : LANDASAN TEORI**

A. Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ) .....	12
B. <i>Product</i> (Produk).....	16
C. <i>Price</i> (Harga).....	21
D. <i>Place</i> (Tempat).....	25
E. <i>Promotion</i> .....	29
F. <i>People</i> .....	33
G. <i>Process</i> .....	35
H. <i>Physical Evidence</i> .....	37
I. Keputusan Pembelian.....	39
J. Hubungan Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	45
K. Hubungan Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	46
L. Hubungan Tempat dengan Keputusan Pembelian .....	47
M. Hubungan Promosi terhadap Keputusan Pembelian .....	47
N. Hubungan <i>People</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	48
O. Hubungan <i>Process</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	48

P. Hubungan <i>Physical Evidence</i> terhadap Keputusan Pembelian	49
Q. Penelitian Terdahulu .....	49
R. Kerangka Konseptual .....	54

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	61
1. Pendekatan Penelitian .....	61
2. Jenis Penelitian .....	61
B. Definisi Konsep dan Operasional .....	62
C. Populasi, Sampel dan Sampling Penelitian .....	67
1. Populasi .....	67
2. Sampel dan Sampling Penelitian .....	68
D. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran .....	69
1. Sumber Data .....	69
2. Variabel Penelitian .....	69
3. Skala Pengukuran .....	70
E. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian .....	71
1. Teknik Pengumpulan Data .....	71
2. Instrumen Penelitian .....	72
F. Teknik Analisis Data .....	72
1. Uji Validitas .....	73
2. Uji Reliabilitas .....	73
3. Uji Asumsi Klasik .....	74
4. Uji Analisis Regresi Linier Berganda .....	76

5. Uji Hipotesis .....	77
6. Analisis Koefisien Determinasi .....	78

#### **BAB IV : HASIL PENELITIAN**

A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	80
1. Profil Toko Hana <i>Fashion</i> dan <i>Collection</i> .....	80
2. Produk Toko Hana <i>Fashion</i> dan <i>Collection</i> .....	81
3. Visi dan Misi .....	81
B. Profil Responden.....	82
C. Karakteristik Responden .....	82
D. Deskripsi Variabel.....	83
E. Analisis Data .....	135
F. Pengujian Hipotesis.....	135
1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	135
G. Uji Asumsi Klasik.....	137
1. Uji Normalitas .....	137
2. Uji Multikolinieritas.....	138
3. Uji Heteroskedastisitas .....	139
H. Uji Regresi Linier Berganda .....	140
I. Uji Hipotesis .....	143
1. Uji t .....	143
2. Uji F .....	148
3. Koefisien Determinasi.....	149

## BAB V : PEMBAHASAN

- A. Pengaruh rodok terhadap Keputusan Pembelian di Toko  
Hana *Fashion* dan *Collection* Desa Ngadi Kecamatan  
Mojo Kabupaten Kediri..... 150
- B. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian di Toko  
Hana *Fashion* dan *Collection* Desa Ngadi Kecamatan  
Mojo Kabupaten Kediri..... 151
- C. Pengaruh Tempat terhadap Keputusan Pembelian di Toko  
Hana *Fashion* dan *Collection* Desa Ngadi Kecamatan  
Mojo Kabupaten Kediri ..... 152
- D. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Toko  
Hana *Fashion* dan *Collection* Desa Ngadi Kecamatan  
Mojo Kabupaten Kediri..... 152
- E. Pengaruh People terhadap Keputusan Pembelian di Toko  
Hana *Fashion* dan *Collection* Desa Ngadi Kecamatan  
Mojo Kabupaten Kediri..... 153
- F. Pengaruh Proses terhadap Keputusan Pembelian di Toko  
Hana *Fashion* dan *Collection* Desa Ngadi Kecamatan  
Mojo Kabupaten Kediri..... 154
- G. Pengaruh Physical Evidence terhadap Keputusan  
Pembelian di Toko Hana *Fashion* dan *Collection* Desa  
Ngadi Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri..... 155

H. Pengaruh <i>Marketing Mix 7P</i> terhadap Keputusan Pembelian di Toko Hana <i>Fashion</i> dan <i>Collection</i> Desa Ngadi Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri.....	156
--	-----

## **BAB VI : PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	158
B. Saran.....	159

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**