

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar.....	-i
Halaman Sampul Dalam	ii
Halaman Persetujuan.....	iii
Halaman Pengesahan	iv
Halaman Motto.....	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar.....	xiv
Daftar Lampiran	xv
Abstrak	xvi
<i>Abstract</i>	xvii

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Rumusan Masalah	8
D. Tujuan Penelitian	8
E. Manfaat Penelitian.....	9
F. Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian.....	10
G. Penegasan Istilah.....	11
H. Sistematika Pembahasan	12

BAB II : LANDASAN TEORI

A. Perilaku Konsumen.....	15
B. Promosi	16
C. Harga	22
D. Keputusan Pembelian.....	26
E. Hubungan Promosi dengan Keputusan Pembelian	32
F. Hubungan Harga dengan Keputusan Pembelian	32
G. Penelitian Terdahulu	33
H. Kerangka Konseptual.....	43
I. Mapping Variabel, Teori dan Indikator.....	43
J. Hipotesis Penelitian.....	46

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	47
B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian	47
1. Populasi.....	47
2. Sampling	48
3. Sampel Penelitian.....	48
C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran	50
1. Sumber Data.....	50
2. Variabel Penelitian.....	50
3. Skala Pengukuran.....	51
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian.....	52
1. Teknik Pengumpulan Data.....	52

2. Instrumen Penelitian.....	53
E. Teknik Analisis Data.....	53
1. Uji Validitas.....	53
2. Uji Reliabilitas.....	54
3. Uji Asumsi Klasik.....	54
4. Uji Regresi Linier Berganda.....	56
5. Uji Hipotesis.....	57
6. Analisis Koefisien Determinasi.....	59

BAB IV : HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Data.....	60
1. Gambaran Objek Penelitian.....	60
2. Profil Responden.....	62
3. Karakteristik Responden.....	63
4. Deskripsi Variabel.....	66
B. Pengujian Hipotesis.....	70
1. Uji Validitas.....	70
2. Uji Reliabilitas.....	73
3. Uji Asumsi Klasik.....	74
4. Uji Regresi Linier Berganda.....	78
5. Uji Hipotesis.....	79
6. Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	84

BAB V : PEMBAHASAN

A. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toserba dan Swalayan Enggal Dua Pacitan.....	86
B. Pengaruh Kebijakan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toserba dan Swalayan Enggal Dua Pacitan	89
C. Pengaruh Promosi dan Kebijakan Harga Secara Simultan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toserba dan Swalayan Enggal Dua Pacitan	92

BAB VI : PENUTUP

A. Kesimpulan	95
B. Saran.....	96

DAFTAR PUSTAKA	98
----------------------	----

LAMPIRAN- LAMPIRAN