

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan.....	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	xiv
Daftar Gambar.....	xvi
Daftar Lampiran	xvii
Abstrak	xviii

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	10
C. Rumusan Masalah	11
D. Tujuan Penelitian.....	12
E. Kegunaan Penelitian.....	12
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian	14
G. Penegasan Istilah	15
H. Sistematika Penulisan Skripsi	18

BAB II : LANDASAN TEORI

A. Manajemen Pemasaran.....	21
B. Harga	22
1. Pengertian Harga	22
2. Peran Harga	23
3. Tujuan Penetapan Harga.....	24
4. Dimensi dan Indikator Harga.....	25
C. Kualitas Produk	26
1. Pengertian Kualitas Produk	26
2. Indikator Kualitas Produk.....	28
D. Kualitas Pelayanan	29
1. Pengertian Kualitas Pelayanan	29
2. Faktor Penentu Kualitas Pelayanan	30
3. Dimensi dan Indikator Kualitas Pelayanan.....	32
E. Pemberian <i>Gift</i> (Hadiah)	33
1. Pengertian <i>Gift</i> (Hadiah).....	33
2. Tujuan Pemberian Hadiah	35
F. Keputusan Pembelian	36
1. Pengertian Keputusan Pembelian	36
2. Tahap Keputusan Pembelian	37
3. Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian	39
G. Penelitian Terdahulu	41
H. Kerangka Konseptual.....	46

I. Hipotesis Penelitian	47
-------------------------------	----

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	50
--	----

B. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian.....	51
---	----

C. Sumber Data	54
----------------------	----

D. Variabel dan Skala Pengukuran.....	55
---------------------------------------	----

E. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian.....	56
--	----

F. Teknik Analisis Data	60
-------------------------------	----

1. Uji Keabsahan Data	61
-----------------------------	----

a. Validitas	61
--------------------	----

b. Uji Reliabelitas.....	61
--------------------------	----

2. Uji Asumsi Klasik.....	62
---------------------------	----

a. Uji Normalitas Data.....	62
-----------------------------	----

b. Uji Multikolinearitas.....	63
-------------------------------	----

c. Uji Heterokedasitas.....	64
-----------------------------	----

3. Uji Regresi Linier Berganda	64
--------------------------------------	----

4. Uji Hipotesis	65
------------------------	----

a. Uji T.....	65
---------------	----

b. Uji F.....	66
---------------	----

5. Koefisien Determinasi (R^2).....	67
---	----

BAB IV : HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Data.....	69
------------------------	----

1. Gambaran Umum Objek Penelitian	69
---	----

2. Produk Store MS Glow By Hilya	73
3. Harga Produk MS Glow	78
4. Deskripsi Pekerjaan (<i>Job Description</i>)	79
5. Akun Sosial Media.....	80
B. Karakteristik Responden.....	81
C. Hasil Penelitian.....	83
D. Analisis Data.....	90

BAB V : PEMBAHASAN

A. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow pada Store Ms Glow By Hilya Tulungagung.....	102
B. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow pada Store Ms Glow By Hilya Tulungagung	105
C. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow pada Store Ms Glow By Hilya Tulungagung	107
D. Pengaruh Pemberian <i>Gift</i> Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow pada Store Ms Glow By Hilya Tulungagung	108
E. Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Pemberian <i>Gift</i> Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow pada Store Ms Glow By Hilya Tulungagung.....	110

BAB VI : PENUTUP

A. Kesimpulan	113
B. Saran	114
DAFTAR PUSTAKA	116
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	120