

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN PENGUJI	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ABSTRAK	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	9
C. Rumusan Masalah	10
D. Tujuan Penelitian	10
E. Kegunaan Penelitian.....	11
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian	12
G. Penegasan Istilah.....	12
H. Sistematika Penulisan Skripsi	16
BAB II LANDASAN TEORI.....	18
A. Manajemen Pemasaran.....	18
B. Keputusan Pembelian.....	23
C. Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	30
D. Kualitas Produk.....	31
E. Promosi	33
F. Kualitas Pelayanan	34
G. Kualitas Harga.....	35
H. Hubungan Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian.....	37
I. Hubungan Promosi dengan Keputusan Pembelian	37
J. Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Keputusan Pembelian.....	38
K. Hubungan Kualitas Harga dengan Keputusan Pembelian	38
L. Penelitian Terdahulu	39

M. Kerangka Konseptual.....	46
N. Mapping Variabel, Teori, dan Indikator	48
O. Hipotesis.....	52
BAB III METODE PENELITIAN	55
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	55
B. Populasi, Sampling, dan Sampel.....	55
C. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran	58
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian.....	60
E. Teknik Analisis Data.....	61
F. Definisi Konsep dan Operasional Variabel.....	69
BAB VI HASIL PENELITIAN.....	74
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	74
B. Karakteristik Responden	76
C. Hasil Penelitian	78
BAB V PEMBAHASAN	135
A. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	135
B. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	136
C. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	137
D. Pengaruh Kualitas Harga Terhadap Keputusan Pembelian	137
E. Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	138
BAB VI PENUTUP	140
A. Kesimpulan	140
B. Saran.....	141
DAFTAR PUSTAKA	143
LAMPIRAN	