

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK.....	x
ABSTRACT.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	6
C. Batasan Masalah.....	7
D. Rumusan Masalah.....	7
E. Tujuan Penelitian.....	8
F. Manfaat Penelitian.....	8
G. Sistematika Penulisan Skripsi.....	9

BAB II LANDASAN TEORI	11
A. Kerangka Teori	11
1. Harga	13
2. Promosi.....	16
3. Kualitas Produk	20
4. Keputusan Pembelian	24
B. Tinjauan Pustaka.....	29
B. Kerangka Pemikiran	35
C. Hipotesis	38
1. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian.....	38
2. Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian	39
3. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian.....	40
 BAB III METODE PENELITIAN	 42
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	42
B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian	42
1. Populasi	42
2. Sampling.....	43
3. Sampel Penelitian	43
C. Sumber Data, Variabel Penelitian dan Skala Pengukuran	45
1. Sumber Data	45
2. Variabel Penelitian.....	45
3. Skala Pengukuran	46

D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian.....	47
1. Teknik Pengumpulan Data	47
2. Instrumen Penelitian	48
3. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	50
E. Analisis Data.....	53
1. Uji Asumsi Klasik	53
2. Analisis Regresi Linier Berganda.....	56
3. Uji Hipotesis.....	56
4. Uji Koefisien Determinasi	57
BAB IV HASIL PENELITIAN	59
A. Gambaran Umum Penelitian	59
1. Gambaran Objek Penelitian.....	59
2. Gambaran Subjek Penelitian	60
3. Deskripsi Hasil Penelitian	60
B. Pengujian dan Hasil Analisis Data.....	66
1. Statistik Deskriptif.....	66
C. Hasil Uji Instrumen Penelitian	69
1. Validitas	70
2. Reliabilitas.....	71
D. Hasil Uji Asumsi Klasik	72
1. Uji Normalitas	72
2. Uji Multikolinearitas	72

3. Uji Heteroskedastisitas	73
E. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	76
F. Uji Ketepatan Model	77
1. Uji F.....	77
2. Uji Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R²</i>)	78
3. Uji Hipotesis (Uji T).....	79
BAB V PEMBAHASAN	82
A. Pembahasan Hasil Analisis Data	82
1. Pengaruh Harga (X1) terhadap Keputusan Pembelian	82
2. Pengaruh Promosi (X2) terhadap Keputusan Pembelian	83
3. Pengaruh Kualitas Produk (X3) terhadap Keputusan Pembelian.....	84
BAB VI PENUTUP	86
A. Kesimpulan.....	86
B. Saran	87
DAFTAR PUSTAKA.....	89
LAMPIRAN.....	96

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Variabel Penelitian dan Kisi-kisi Instrumen Penelitian	50
Tabel 4.1 Distribusi Kuesioner pada Konsumen Mie Gacoan Cabang Tulungagung	61
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	63
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	64
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan.....	65
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Harga	67
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Promosi	67
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Kualitas Produk.....	68
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian.....	69
Tabel 4.10 Uji Validitas	70
Tabel 4.11 Uji Reliabilitas.....	71
Tabel 4.12 Uji Normalitas	72
Tabel 4.13 Uji Multikolinearitas	73
Tabel 4.14 Uji Heteroskedastisitas	74
Tabel 4.15 Penyembuhan dengan Transformasi Data Logaritma Natural	74

Tabel 4.16 Penyembuhan dengan Metode Weighted Least Square.....	75
Tabel 4.17 Penyembuhan dengan Metode Transformasi Data Logaritma Natural	76
Tabel 4.18 Analisis Regresi Linier Berganda.....	76
Tabel 4.19 Uji F.....	78
Tabel 4.20 Uji Koefisien Detrminasi (Ajusted R2).....	79
Tabel 4.21 Uji T	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	36
-----------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kartu Kendali Skripsi	96
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	107
Lampiran 3 Daftar Pertanyaan	108
Lampiran 4 Hasil Kuesioner	112
Lampiran 5 Hasil Uji Analisis Data	124
Lampiran 6 Distribusi Pernyataan Kuesioner	128
Lampiran 7 Surat Pernyataan Keaslian Tulisan	132
Lampiran 8 Daftar Riwayat Hidup.....	133