

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR COVER	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
 BAB IPENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Batasan Masalah.....	6
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Manajemen Pemasaran.....	7
2.1.1 Pengertian Manajemen	7
2.1.2 Pengertian Manajemen pemasaran.....	7
2.1.3 Pengertian Pemasaran	8
2.1.4 Konsep Pemasaran	8
2.1.5 Perilaku Konsumen	8
2.1.6 Strategi Pemasaran	9
2.1.7 Bauran Pemasaran	9
2.2 Keputusan Pembelian.....	13
2.2.1 Pengertian Keputusan Pembelian	13
2.2.2 Fakto-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	14
2.2.3 Tahapan Keputusan Pembelian.....	14



2.2.4	Indikator Keputusan Pembelian	15
2.3	Kualitas Produk	16
2.3.1	Pengertian Kualitas Produk.....	16
2.3.2	Fakto-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk	17
2.3.3	Indikator Kualitas Produk	17
2.4	Harga.....	19
2.4.1	Pengertian Harga	19
2.4.2	Peranan Harga.....	20
2.4.3	Indikator Harga	20
2.5	Kepuasan Konsumen.....	21
2.5.1	Pengertian Kepuasan Konsumen	21
2.5.2	Elemen Kepuasan Konsumen	21
2.5.3	Indikator Kepuasan Konsumen.....	22
2.6	Populasi dan Sampel	23
2.7	Uji Validitas dan Reliabilitas	24
2.8	Teknik Analisis Data.....	25
2.9	Kerangka Pemikiran.....	31
2.10	Tabel Penelitian Terkait.....	33
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Waktu dan Lokasi Penelitian	34
3.2	Latar Belakang Tempat Penelitian.....	34
3.3	Prosedur Penelitian.....	35
3.4	Variabel Penelitian	40
3.4.1	Variabel Penelitian.....	40
3.4.2	Definisi Operasional	40
3.5	Penentuan Sampel	46
3.6	Metode Pengumpulan Data	48
3.7	Data dan Informasi	48
3.8	Metode Analisis Data	49
3.9	Teknik Analisa Data.....	49
3.9.1	Uji Validitas	49
3.9.2	Uji Reliabilitas.....	53

3.10	Jadwal Penelitian.....	54
------	------------------------	----

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Hasil Penelitian	55
4.1.1	Deskripsi Responden	55
4.1.2	Karakteristik Responden.....	56
4.1.3	Deskripsi Variabel Responden	59
4.2	Analisis Data	66
4.2.1	Regeresi Linear Berganda.....	66
4.2.2	Uji Asumsi Klasik	67
4.2.2.1	Uji Normalitas	67
4.2.2.2	Uji Multikolinearitas.....	68
4.2.2.3	Uji Heterokedastisitas.....	69
4.3	Uji Hipotesis	71
4.3.1	Uji-T	71
4.3.2	Variabel yang Berpengaruh Dominan terhadap Keputusan Pembelian.....	72
4.3.3	Uji-F.....	73
4.3.4	Koefisien determinasi	74
4.4	Pembahasan.....	75
4.4.1	Pengaruh Secara Simultan Variabel X1 (Kualitas Produk), X2 (Harga), X3 (Kepuasan Konsumen) Terhadap Y (Keputusan Pembelian.....	75
4.4.2	Pengaruh Secara Parsial Kualitas Produk (X1) Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	75
4.4.3	Pengaruh Secara Parsial Harga (X2) Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	76
4.4.4	Pengaruh Secara Parsial Kepuasan Konsumen (X3) Terhadap Keputusan Pembelian.....	76

BAB V Kesimpulan dan Saran

5.1	Kesimpulan	77
-----	------------------	----

5.2 Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN.....	82

