

DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
Abstraksi	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Landasan Teori	8
1. Keputusan Pembelian	8
2. Harga	11
3. Kualitas Produk	15
4. Iklan	20
B. Penelitian Terdahulu	26
C. Hubungan Antar Variabel	29
D. Kerangka Pemikiran	32
E. Hipotesis	32
BAB III METODE PENELITIAN	33
A. Rancangan Penelitian	33
B. Populasi dan Sampel Penelitian	33
C. Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data	35

D. Klasifikasi Variabel Penelitian	37
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	37
F. Skala Pengukuran Variabel	46
G. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	47
H. Metode Analisis Data	50
BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	54
A. Analisis Deskriptif.....	54
B. Analisis Kuantitatif.....	58
C. Pembahasan.....	63
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	67
A. Kesimpulan.....	67
B. Saran	67
DAFTAR PUSTAKA.....	69
LAMPIRAN.....	72