

Daftar Isi

COVER	ii
JUDUL	iii
ABSTRAKSI	iv
MOTTO DAN HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar	xii
Daftar Lampiran	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Masalah	10
D. Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
A. Landasan Teori	12
1. Harga	12
2. Promosi	13
3. Citra Merek	14
4. Kualitas Produk	15
5. Keputusan Pembelian	16
B. Penelitian Terdahulu	18
C. Keterkaitan antar Variabel Penelian	20
D. Kerangka Pemikiran	23
E. Hipotesis	24
BAB III METODE PENELITIAN	25
A. Jenis Penelitian	25
B. Teknik Pengambilan Sampel	25

C. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	26
D. Definisi Operasional Variabel	28
E. Skala Pengukuran Variabel.....	33
F. Uji Validitas dan Reliabilitas	34
G. Teknik Analisis Data	38
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	43
A. Analisis deskriptif	43
B. Analisis kuantitatif	52
1. Regresi linear berganda.....	52
2. Hasil Uji Hipotesis	55
C. Pembahasan	58
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	64
A. Kesimpulan	64
B. Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	66
Lampiran	69

Daftar Tabel

Tabel 1.1 Penjualan <i>Sparepart</i> PT HEPS Klaten	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 2.2 Pengukuran Skala Likert.....	33
Tabel 3.1 Uji Validitas	36
Tabel 3.4 Uji Reliabilitas	38
Tabel 4.1 Jenis Kelamin	43
Tabel 4.2 Usia.....	44
Tabel 4.3 Pendapatan	45
Tabel 4.4 Frekuensi Pembelian	46
Tabel 4.5 Analisis Variabel Harga.....	47
Tabel 4.6 Analisis Variabel Promosi	48
Tabel 4.7 Analisis Variabel Citra Merek	49
Tabel 4.8 Analisis Variabel Kualitas Produk	50
Tabel 4.9 Analisis Variabel Keputusan Pembelian	51
Tabel 4.10 Analisis Variabel Hasil Regresi Linier Berganda	52

Daftar Gambar

Gambar 1.1 Kerangka Penelitian.....	23
-------------------------------------	----

Daftar Lampiran

Lampiran 1 Kuisisioner	69
Lampiran 2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	77
Lampiran 3 Hasil Analisis Deskriptif Responden dan Variabel	87
Lampiran 4 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	95