

DAFTAR ISI

	Halaman
SKRIPSI BERJUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
ABSTRAKSI.....	v
HALAAMAN MOTTO HIDUP.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
BAB II LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS	8
A. Landasan Teori.....	8
1. Keputusan Pembelian	8
2. Harga.....	15
3. Kualitas Produk.....	21
4. Kualitas Pelayanan.....	26

B. Penelitian Terdahulu	29
C. Keterkaitan Antar Variabel	32
D. Kerangka Konseptual	34
E. Hipotesis Penelitian.....	35
BAB III METODE PENELITIAN	36
A. Rancangan Penelitian	36
B. Obyek dan Waktu Penelitian	36
C. Populasi	37
D. Sampel dan Teknik Sampling	37
E. Jenis Data Penelitian	38
F. Prosedur Pengambilan Data	39
G. Klasifikasi Variabel Penelitian	42
1. Variabel Bebas	42
2. Variabel Terikat	42
H. Definisi Operasional Variabel.....	43
I. Uji Instrumen	45
1. Uji Validitas	46
2. Uji Realibilitas	46
J. Teknik Analisis Data.....	47
1. Deskripsi Data.....	47
2. Analisis Regresi Linear Berganda	48
3. Uji Hipotesis	49

BAB IV. ANALISIS DAN PEMBAHASAN	52
A. Analisis Deskriptif	52
1. Karakteristik Responden	53
2. Analisis Deskriptif Variabel.....	54
B. Analisis Kuantitatif	57
1. Regresi Linear Berganda.....	57
2. Hasil Uji Hipotesis	59
C. Pembahasan	61
BAB V. KESIMPULAN.....	66
A. Kesimpulan	66
B. Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN.....	71

DAFTAR TABEL

2.1 Penelitian Terdahulu	29
3.1 Pedoman Kode Kuisoner	41
3.2 Devinisi Operasi Variabel	43
3.3 Hasil Uji Validitas 30 Responden	46
3.4 Hasil Uji Reliabilitas 30 Responden	47
4.1 Karakteristik Responden jenis kelamin	52
4.2 Karakteristik Responden usia	53
4.3 Karakteristik Responden pendapatan	53
4.4 Persepsi Responden variabel harga	54
4.5 Persepsi Responden Variabel Kualitas Produk	55
4.6 Persepsi Responden Variabel Kualitas Pelayanan	56
4.7 Persepsi Responden Variabel Keputusan Pembelian	56
4.8 Hasil Regresi Berganda.....	57

DAFTAR GAMBAR

2.1 Tahapan Proses Keputusan Pembelian	9
2.2 Kerangka Konseptual	34