

DAFTAR ISI

	Halaman
Abstrak.....	i
Lembar Pengesahan Skripsi.....	iii
Pernyataan Orisinalitas.....	iv
Kata Pengantar.....	v
Daftar Isi.....	viii
Daftar Lampiran.....	xiii
Daftar Tabel.....	xiv
Daftar Gambar.....	xvi
Bab I : Pendahuluan	
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Pembatasan Masalah	8
D. Perumusan Masalah	8
E. Manfaat Penelitian.....	9
Bab II : Kajian Teori dan Kerangka Penelitian	
A. Deskripsi Konseptual	10
1. Keputusan Pembelian	10
1.2 Tahap-Tahap Proses Keputusan Pembelian	11
1.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	15

2. Harga	19
2.1 Penetapan Harga	21
2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penetapan Harga	22
2.3 Hubungan Harga dengan Keputusan Pembelian	25
3. Kualitas Produk	25
3.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk	27
3.2 Dimensi Kualitas Produk	27
3.3 Hubungan Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian	29
4. Promosi	30
4.1 Tahap-Tahap Dalam Pelaksanaan Promosi	31
4.2 Dimensi Promosi	33
4.3 Hubungan Promosi dengan Keputusan Pembelian	36
B. Hasil Penelitian yang Relevan	36
C. Kerangka Teoritik.....	48
D. Hipotesis.....	49
Bab III : Metode Penelitian	
A. Tujuan Penelitian.....	52
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	52
C. Metode Penelitian.....	53
D. Sumber Data, Populasi dan Sampel	53
E. Teknik Pengumpulan Data	55
1. Data Primer	55

2. Data Sekunder	56
F. Operasional Variabel Penelitian	57
G. Teknik Analisis Data	62
1. Uji Instrumen	63
1.1 Uji Validitas	63
1.2 Uji Realibilitas	64
2. Analisis Deskriptif	65
3. Uji Asumsi Klasik	66
3.1 Uji Normalitas	66
3.2 Uji Linearitas	67
3.3 Uji Multikolinearitas	67
3.4 Uji Heteroskedastisitas	68
4. Uji Analisis Regresi	69
4.1 Uji T	70
4.2 Uji F (Regresi Simultan).....	71
4.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	72
4.4 Analisis Regresi Linear Berganda	74
 Bab IV : Hasil Peelitian dan Pembahasan	
A. Deskripsi Data.....	75
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	75
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	76
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	78
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal	79

B. Pengujian Hipotesis.....	80
1. Hasil Uji Instrumen	80
1.1 Hasil Uji Validitas	80
1.2 Hasil Uji Reabilitas	84
2. Analisis Deskriptif	85
2.1 Analisis Deskriptif Harga	86
2.2 Analisis Deskriptif Kualitas Produk	91
2.3 Analisis Deskriptif Promosi	96
2.4 Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian	99
3. Uji Asumsi Klasik	103
3.1 Uji Normalitas	103
3.2 Uji Linearitas	104
3.3 Uji Multikolinearitas	107
3.4 Uji Heterokedastisitas	108
4. Uji Regresi Linear Berganda.....	109
4.1 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	114
C. Pembahasan	114
BAB V : Kesimpulan, Implikasi dan Saran	
A. Kesimpulan.....	123
B. Implikasi	124
C. Saran.....	125
Daftar Pustaka	128
Lampiran.....	132

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	Kuesioner.....	132
Lampiran II	Hasil penelitian SPSS.....	136

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Pangsa Pasar Teh Botol Sosro Periode 2014-2016.....	2
Tabel 1.2	Harga Teh Kemasan Siap Minum	4
Tabel 1.3	Kuesioner Pra Riset	5
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	47
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel.....	59
Tabel 3.2	Bobot Skala Likert.....	62
Tabel 3.3	Bobot Skor Kriteria Variabel.....	66
Tabel 4.1	Hasil Uji Validitas Variabel Harga.....	81
Tabel 4.2	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	82
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas Variabel Promosi.....	83
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	84
Tabel 4.5	Hasil Uji Reliabilitas	85
Tabel 4.6	Analisis Deskriptif Variabel Harga.....	87
Tabel 4.7	Analisis Deskriptif Kualitas Produk.....	92
Tabel 4.8	Analisis Deskriptif Promosi	97
Tabel 4.9	Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	101
Tabel 4.10	Hasil Uji Normalitas.....	104
Tabel 4.11	Hasil Uji Harga dan Keputusan Pembelian.....	105
Tabel 4.12	Hasil Uji Linearitas Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian.....	106
Tabel 4.13	Hasil Uji Linearitas Promosi dan Keputusan Pembelian.....	106
Tabel 4.14	Hasil Uji Multikolinearitas.....	107

Tabel 4.15	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	108
Tabel 4.16	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	110
Tabel 4.17	Hasil Uji F Variabel Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Simultan).....	113
Tabel 4.18	Hasil Analisis Koefisien Determinasi Variabel Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	114
Tabel 4.19	115

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Proses Keputusan Pembelian	15
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran Teoritis	48
Gambar 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	76
Gambar 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	77
Gambar 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	78
Gambar 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal.....	79