

DAFTAR ISI

ABSTRAKSI	iii
ABSTRACT	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
PERNYATAAN ORISINALITAS	vi
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	16
1.3 Pembatasan Masalah	16
1.4 Perumusan Masalah.....	16
1.5 Kegunaan Penelitian.....	17
BAB II KAJIAN TEORITIK	
2.1 Keputusan Pembelian	19
2.1.1 Definisi Keputusan Pembelian.....	19
2.1.2 Dimensi Keputusan Pembelian	24
2.2 Persepsi Harga	31
2.2.1 Definisi Persepsi Harga.....	31
2.2.2 Dimensi Persepsi Harga	37
2.3 Iklan.....	40
2.3.1 Definisi Iklan.....	40
2.3.2 Dimensi Iklan	43
2.4 Hasil Penelitian yang Relevan.....	51
2.5 Kerangka Berpikir	65

2.6	Perumusan Hipotesis Penelitian	69
-----	--------------------------------------	----

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Tujuan Penelitian.....	70
3.2	Tempat dan Waktu Penelitian	70
3.3	Metode Penelitian.....	71
3.4	Populasi dan Sampel	72
3.4.1	Populasi.....	72
3.4.2	Sampel.....	72
3.5	Teknik Pengumpulan Data	76
3.6	Teknik Analisis Data	81
3.6.1	Uji Instrumen	82
3.6.2	Uji Asumsi Klasik.....	84
3.6.3	Analisis Regresi Linear Berganda.....	87
3.6.4	Uji Hipotesis	87

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Deskripsi Data Unit Analisis	91
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	91
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	92
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Menikah	93
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	93
4.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran per Bulan.....	94
4.1.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Waktu Pembelian Terakhir Sirup ABC di <i>Minimarket</i> atau <i>Supermarket</i> yang Terletak di Wilayah DKI Jakarta	95
4.1.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Kebersamaan Pembelian Terakhir Sirup ABC di <i>Minimarket</i> atau <i>Supermarket</i> yang Terletak di Wilayah DKI Jakarta.....	95
4.1.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia dan Jenis Kelamin	96
4.1.9	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Status Pekerjaan	97
4.1.10	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan dan Pengeluaran per Bulan	98
4.2	Hasil Pengujian dan Pembahasan.....	99
4.2.1	Uji Instrumen	99
4.2.2	Analisis Deskriptif	103

4.2.3	Uji Asumsi Dasar	113
4.2.4	Uji Asumsi Klasik.....	117
4.2.5	Analisis Regresi Linear Berganda.....	119

BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

5.1	Kesimpulan.....	125
5.2	Implikasi	126
5.2.1	Implikasi Teoritis	126
5.2.2	Implikasi Manajerial	127
5.3	Saran	129

DAFTAR PUSTAKA 133

LAMPIRAN..... 139

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
I.1	Perbandingan Harga Sirup Tahun 2016 di Beberapa Waralaba di Wilayah DKI Jakarta	8
II.1	Hasil Penelitian yang Relevan.....	64
III.1	Kajian Penelitian Terdahulu	74
III.2	Operasionalisasi Variabel.....	77
III.3	Bobot Penilaian Kuesioner	81
IV.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	91
IV.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	92
IV.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Menikah	93
IV.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	93
IV.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran per Bulan	94
IV.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Waktu Pembelian Terakhir Sirup ABC di Minimarket atau Supermarket yang Terletak di Wilayah DKI Jakarta	95
IV.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Kebersamaan Pembelian Terakhir Sirup ABC di Minimarket atau Supermarket yang Terletak di Wilayah DKI Jakarta	95
IV.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia dan Jenis Kelamin	96
IV.9	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Status Pekerjaan	97
IV.10	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan dan Pengeluaran per Bulan.....	98
IV.11	Uji Validitas Variabel Persepsi Harga (X1)	99
IV.12	Uji Validitas Variabel Iklan (X2).....	100
IV.13	Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	101
IV.14	Uji Reliabilitas.....	102
IV.15	Nilai Analisis Deskriptif Persepsi Harga (X1)	103

IV.16	Nilai Analisis Deskriptif Iklan (X2).....	105
IV.17	Nilai Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian (Y)	109
IV.18	Uji Normalitas	114
IV.19	Uji Normalitas Residual	115
IV.20	Uji Linearitas	116
IV.21	Uji Multikolinearitas	117
IV.22	Uji Heterokedastisitas.....	118
IV.23	Uji t Pengaruh Variabel Persepsi Harga dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sirup ABC	119
IV.24	Uji F Pengaruh Variabel Persepsi Harga dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sirup ABC	123
IV.25	Analisis Determinasi Persepsi Harga dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sirup ABC	124

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
I.1	<i>Top Brand Index</i> Sirup	3
I.2	<i>Top Of Mind</i> Sirup.....	3
I.3	<i>Last Usage</i> Sirup	4
I.4	Pendapat Konsumen Sirup di <i>Yahoo! Answer</i>	6
I.5	Pendapat Konsumen Sirup di <i>Kaskus</i>	6
I.6	Slogan <i>Sirup Squash Delight</i> Sirup ABC.....	12
I.7	Slogan Sirup ABC <i>Special Grade</i>	13
I.8	Pendapat Konsumen Sirup Mengenai Iklan Sirup Marjan	15
II.1	Tahap-tahap keputusan pembelian	24
II.2	Model Penelitian.....	68
IV.1	Model Kesimpulan Hipotesis Penelitian	121

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner Penelitian.....	139
2	Output Uji Validitas	144
3	Output Uji Reliabilitas.....	146
4	Output Uji Normalitas	147
5	Output Linearitas	148
6	Output Uji Multikolinearitas	149
7	Output Uji Heterokedastisitas.....	150
8	Output Analisis Regresi Linear Berganda.....	151