

## DAFTAR ISI

### JUDUL

LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN ORIGINALITAS.....	iv
ABSTRAK .....	v
<i>ABSTRACK</i> .....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv

### BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	8

### BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, □ HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka	
2.1.1 Periklanan .....	9
2.1.2 Persepsi Harga .....	14
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	24
2.2 Review Penelitian Terdahulu .....	31
2.3 Kerangka Pemikiran.....	41
2.4 Hipotesis .....	46

### BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek dan Ruang Lingkup Penelitian .....	48
3.2 Metode Penelitian .....	50
3.3 Operasional Variabel .....	52
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	54
3.5 Teknik Penentuan Populasi dan Sampel .....	56

3.6 Metode Analisis .....	59
---------------------------	----

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1. Deskripsi Unit Analisis.....	65
-----------------------------------	----

4.2. Hasil Penelitian dan Pembahasan .....	69
--	----

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1. Kesimpulan.....	93
----------------------	----

5.2. Saran .....	96
------------------	----

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN- LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

1.1 Biaya promosi PT Kalbe Farma Jakarta Periode 2006-201 .....	05
1.2 Penjualan produk Woods PT. kalbe Farma Jakarta Peroide 2006-2010....	06
2.1 <i>Possible Advertising Objectives</i> .....	10
2.2 Review penelitian terdahulu .....	40
3.1 Operasionalisasi Variabel .....	52
3.2 Skala Likert .....	55
4.1. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	65
4.2. Karakteristik responden berdasarkan usia dan pekerjaan .....	66
4.3. Hasil Uji Validitas Variabel periklanan (X1).....	70
4.4. Hasil Uji Validitas Variabel persepsi harga (X2) .....	70
4.5. Hasil Uji Validitas Variabel keputusan pembelian (Y).....	71
4.6. Hasil Uji Reliabilitas .....	72
4.7. Hasil Analisis Deskriptif Variabel periklanan .....	73
4.8. Hasil Analisis Deskriptif Variabel persepsi harga .....	75
4.9. Hasil Analisis Deskriptif Variabel keputusan pembelian .....	76
4.10. Hasil Uji Normalitas dengan Kolmogrov-Smirnov .....	78
4.11. Hasil Uji Linearitas Variabel periklanan dengan keputusan pembelian .	78
4.12. Hasil Uji Linearitas Variabel persepsi harga dengan keputusan pembelian	79
4.13. Hasil Uji Multikolinearitas.....	80
4.14. Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	81

4.15. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana Hipotesis 1 .....	82
4.16. Hasil Analisis Determinasi Hipotesis 1 .....	83
4.17. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana Hipotesis 2 .....	84
4.18. Hasil Analisis Determinasi Hipotesis 2 .....	86
4.19. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	87
4.20. Hasil Uji F .....	90
4.21. Hasil Korelasi Ganda dan Determinasi .....	91
4.22 Nilai Analisis Deskriptif Variabel Periklanan (X1) .....	92
4.23 Nilai Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Harga (X2) .....	93
4.24 Nilai Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	94

## DAFTAR GAMBAR

1.1. Data penjualan obat batuk secara Global .....	3
2.1. <i>Avertising of Hierarchy Effects</i> .....	11
2.2. Model konseptual pemrosesan kognitif dari informasi harga .....	37
2.3 Proses pembelian konsumen model lima tahap .....	26
2.4 Kerangka pemikiran .....	46
4.1. Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	67
4.2. Karakteristik Responden berdasarkan Pengeluaran per bulan .....	69

## DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner Penelitian .....	98
2. Data Demografi Responden .....	102
3. Uji Validitas .....	105
4. Jawaban Kuisisioner .....	107
5. Uji Reliabilitas .....	111
6. Uji Normalitas .....	113
7. Uji Linearitas.....	115
8. Uji Multikolinearitas .....	116
9. Uji Heteroskedastisitas.....	117
10. Analisis Regresi Linear Sederhana.....	118
11. Analisis Regresi Linear Berganda.....	120