

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN ORISINIL	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka	10
2.2 <i>Review</i> Penelitian Terdahulu	29
2.3 Kerangka Pemikiran	37
2.4 Hipotesis	40
BAB III. OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Objek dan Ruang Lingkup Penelitian.....	41
3.2 Metode Penelitian	42
3.3 Operasionalisasi Variabel Penelitian	43
3.4 Metode Penentuan Populasi dan Sampel	47

3.5	Prosedur Pengumpulan Data	49
3.6	Metode Analisis.....	49
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Deskriptif Unit Analisis	59
4.2	Hasil Pengujian dan Pembahasan	64
4.3	Implikasi Manajerial	124
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan	129
5.2	Saran	132
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	<i>Top Brand Index</i> untuk minyak pelumas mobil	5
2.1	Matriks Penelitian Terdahulu	36
3.1	Operasionalisasi Variabel Penelitian	44
3.2	Skala Likert	47
4.1	Pengguna Oli Fastron atau Top 1	59
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	60
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	61
4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan	63
4.6	Uji Validitas Kualitas Produk (X1)	64
4.7	Uji Validitas Persepsi Harga (X2)	65
4.8	Uji Validitas Promosi (X3)	66
4.9	Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	66
4.10	Uji Reliabilitas	68
4.11	Nilai Analisis Deskriptif Kualitas Produk (X1) Oli Fastron	69
4.12	Nilai Analisis Deskriptif Kualitas Produk (X1) Oli Top 1	70
4.13	Nilai Analisis Deskriptif Persepsi Harga (X2) Oli Fastron	75
4.14	Nilai Analisis Deskriptif Persepsi Harga (X2) Oli Top 1	76
4.15	Nilai Analisis Deskriptif Promosi (X3) Oli Fastron	77
4.16	Nilai Analisis Deskriptif Promosi (X3) Oli Top 1	78
4.17	Nilai Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian (Y) Oli Fastron	81
4.18	Nilai Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian (Y) Oli Top 1	82
4.19	Uji Normalitas Fastron	85

4.20 Uji Normalitas Top 1.....	86
4.21 Uji Normalitas Residual Fastron	87
4.22 Uji Normalitas Residual Top 1	88
4.23 Uji Linearitas Fastron	88
4.24 Uji Linearitas Top 1	90
4.25 Uji Multikolinearitas Fastron.....	92
4.26 Uji Multikolinearitas Top 1	93
4.27 Uji Heterokedastisitas Fastron	94
4.28 Uji Heterokedastisitas Top 1	95
4.29 Uji t Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Oli Fastron	96
4.30 Analisis Determinasi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Oli Fastron	98
4.31 Uji t Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Oli Top 1	99
4.32 Analisis Determinasi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Oli Top 1	100
4.33 Uji t Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Oli Fastron	102
4.34 Analisis Determinasi Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Oli Fastron	103
4.35 Uji t Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Oli Top 1	104
4.36 Analisis Determinasi Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Oli Top 1	106
4.37 Uji t Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Oli Fastron	107
4.38 Analisis Determinasi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Oli Fastron	108
4.39 Uji t Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Oli Top 1	109

4.40	Analisis Determinasi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Oli Top 1	111
4.41	Uji F Variabel Kualitas Produk (X1), Persepsi Harga (X2) dan Promosi (X3) Terhadap Keputusan Pembelian Oli Fastron	112
4.42	Uji F Variabel Kualitas Produk (X1), Persepsi Harga (X2) dan Promosi (X3) Terhadap Keputusan Pembelian Oli Top 1	113
4.43	Koefisien variabel Kualitas Produk (X1), Persepsi Harga (X2) dan Promosi (X3) Terhadap Keputusan Pembelian Oli Fastron	114
4.44	Analisis determinasi variabel Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Oli Fastron	117
4.45	Koefisien variabel Kualitas Produk (X1), Persepsi Harga (X2) dan Promosi (X3) Terhadap Keputusan Pembelian Oli Top 1	118
4.46	Analisis determinasi variabel Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Oli Top 1	121

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	<i>Involvement and Types of Decision Making Process</i>	24
2.2	<i>Consumer Decision Making Model</i>	27
2.3	<i>General Decision Making Process</i>	28
2.4	Model Penelitian	39

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	LANGKAH PENGUJIAN DENGAN MENGGUNAKAN SPSS
LAMPIRAN 2	KUESIONER
LAMPIRAN 3	OUTPUT UJI VALIDITAS
LAMPIRAN 4	OUTPUT UJI RELIABILITAS
LAMPIRAN 5	OUTPUT UJI NORMALITAS FASTRON
LAMPIRAN 6	OUTPUT UJI NORMALITAS TOP 1
LAMPIRAN 7	OUTPUT UJI LINEARITAS FASTRON
LAMPIRAN 8	OUTPUT UJI LINEARITAS TOP 1
LAMPIRAN 9	OUTPUT UJI MULTIKOLINEARITAS FASTRON
LAMPIRAN 10	OUTPUT UJI MULTIKOLINEARITAS TOP 1
LAMPIRAN 11	OUTPUT UJI HETEROKEDASTISITAS FASTRON
LAMPIRAN 12	OUTPUT UJI HETEROKEDASTISITAS TOP 1
LAMPIRAN 13	OUTPUT ANALISIS REGRESI LINEAR SEDERHANA
LAMPIRAN 14	OUTPUT ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA