

DAFTAR ISI

JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
 BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka	10
2.1.1 Iklan	10
2.1.2 Dimensi Iklan.....	15
2.1.3 Harga.....	16
2.1.4 Dimensi Harga	21
2.1.5 Keputusan Pembelian.....	22
2.1.6 Dimensi Keputusan Pembelian	30
2.2 Tinjauan Penelitian Relevan.....	30
2.3 Kerangka Pemikiran	33
2.4 Hipotesis.....	36
 BAB III OBJEK DAN METODELOGI PENELITIAN	
3.1 Objek dan Ruang Lingkup Penelitian	37
3.2 Metode Penelitian.....	38
3.3 Operasional Variabel Penelitian.....	39
3.4 Metode Pengumpulan Data	41
3.4.1 Uji Validitas	44
3.4.2 Uji Reliabilitas.....	45
3.5 Populasi dan Sampel	46
3.6 Metode Analisis.....	48
3.6.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	48
3.6.1.1 Persamaan Regresi	48
3.6.2 Uji Persyaratan	49
3.6.2.1 Uji Normalitas	49
3.6.2.2 Uji Linearitas.....	49
3.6.3 Uji Asumsi Klasik	49

3.6.3.1 Uji Multikolinearitas	49
3.6.3.2 Uji Heteroskedastisitas	50
3.6.4 Uji Hipotesis.....	51
3.6.4.1 Uji t.....	51
3.6.4.2 Uji F.....	52
3.6.5 Koefisien Determinasi (R^2)	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Deskripsi Unit Analisis	54
4.2 Hasil Penelitian dan Pembahasan	58
4.2.1 Hasil Pengujian Instrumen	58
4.2.2 Analisis Deskriptif	60
4.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	67
4.2.3.1 Uji Normalitas.....	67
4.2.3.2 Uji Linearitas	68
4.2.4 Uji Persyaratan.....	70
4.2.4.1 Uji Multikolinearitas	70
4.2.4.2 Uji Heteroskedastisitas.....	71
4.2.5 Uji Hipotesis	72
4.2.5.1 Persamaan Regresi Linear Berganda	72
4.2.5.2. Uji t (Uji Parsial).....	73
4.2.5.3 Uji F (Uji Simultan).....	74
4.2.5.4 Determinasi.....	75
4.2.5.5 Implikasi Manajerial	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	80
5.2 Saran	81
DAFTAR PUSTAKA.....	83
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Perbandingan Tarif Tahun 2011	6
Tabel 1.2 Data Penjualan 1 November 2010 – 31 Maret 2011	6
Tabel 2.1 Efek Iklan Pada Berbagai Tahap Respon.....	15
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	33
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	40
Tabel 3.2 Skala Likert	43
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas.....	59
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas.....	60
Tabel 4.7 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Iklan.....	61
Tabel 4.8 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Harga	63
Tabel 4.9 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian	65
Tabel 4.10 Uji Normalitas.....	68
Tabel 4.11 Uji Linearitas	69
Tabel 4.12 Uji Multikolinearitas.....	70
Tabel 4.13 Uji Heteroskedastisitas.....	71
Tabel 4.14 Koefisien variabel Iklan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	72
Tabel 4.14 Hasil Uji t.....	73
Tabel 4.15 Uji F variabel Iklan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	75
Tabel 4.16 Koefisien Determinasi Iklan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian.....	25
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Penelitian.....	35
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	54
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	56
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan Dalam Menggunakan JNE.....	57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Data Tabulasi

Lampiran 3 Hasil SPSS