

DAFTAR ISI

ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	4
1.3. Pembatasan Masalah	5
1.4. Tujuan Penelitian	5
1.5. Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	
2.1. Kajian Pustaka	7
2.1.1. Promosi.....	7
2.1.2. Dimensi Promosi	10
2.1.3. Harga	11
2.1.4. Dimensi Harga.....	14
2.1.5. Keputusan pembelian	15
2.1.6. Dimensi Keputusan Pembelian.....	20
2.2. Review Penelitian Terdahulu	22
2.3. Kerangka Pemikiran.....	26
2.4. Hipotesis	29

BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1.	Objek dan Ruang Lingkup Penelitian.....	31
3.1.1.	Novel	31
3.1.2.	Gramedia Asri Media	33
3.2.	Metode Penelitian	34
3.3.	Operasional Variabel Penelitian.....	35
3.4.	Metode Pengumpulan Data.....	39
3.4.1.	Uji Validitas	41
3.4.2.	Uji Keandalan (<i>Reliability</i>)	41
3.5.	Populasi dan Sampel	41
3.6.	Metode Analisis	43
3.6.1.	Analisis Regresi Linear Berganda	43
3.6.2.	Uji Persyaratan	44
3.6.3.	Uji Asumsi Klasik	45
3.6.4.	Uji Hipotesis.....	47
3.6.5.	Koefisien Determinasi (R^2)	48

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1.	Deskriptif Unit Analisis.....	50
4.1.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	50
4.1.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
4.1.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	53
4.1.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan	55
4.2.	Hasil Penelitian dan Pembahasan	57
4.2.1.	Uji Instrumen	57
4.2.2.	Analisis Deskriptif.....	60
4.2.3.	Uji Asusmsi Dasar.....	70

4.2.4	Uji Asumsi Klasik	73
4.2.5	Analisis Regresi.....	76

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1.	Kesimpulan	87
5.2.	Saran	89

DAFTAR PUSTAKA.....	92
----------------------------	-----------

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1.	Angka Penjualan Novel Populer Bulan Juli s.d. September 2011	3
2.1.	Proses Keputusan Konsumen dalam Tingkat Keterlibatan Pembelian Tinggi dan Rendah	19
2.2.	Penelitian Terdahulu	25
3.1.	Operasional Variabel Penelitian.....	36
3.2.	Skala Likert	40
4.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	50
4.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
4.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	53
4.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan	55
4.5.	Uji Validitas Variabel Promosi	57
4.6.	Uji Validitas Variabel Harga	58
4.7.	Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	58
4.8.	Uji Reliabilitas	60
4.9.	Nilai Analisis Variabel Promosi	61
4.10.	Nilai Analisis Variabel Harga.....	64
4.11.	Nilai Analisis Variabel Keputusan Pembelian	66
4.12.	Output Uji normalitas	71
4.13.	Output Uji Linearitas	72
4.14.	Uji Multikolinearitas	74
4.15.	Uji Heterokedasitas	75
4.16.	Uji t Promosi terhadap Keputusan Pembelian	77
4.17.	Uji Koefisien Determinasi Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	78
4.18.	Uji t Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	79
4.19.	Uji Koefisien Determinasi Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	81
4.20.	Uji F	82

4.21.	Koefisien variable Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	83
4.22.	Analisis Determinasi Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1.	Tingkat-tingkat Pemecahan Masalah Konsumen.....	18
2.2.	Proses Keputusan Pembelian.....	20
2.3.	Kerangka Pemikiran Penelitian.....	29
4.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	51
4.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
4.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	54
4.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan	55