

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
RINGKASAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Pembatasan Masalah	6
D. Rumusan Masalah	6
E. Kegunaan Hasil Penelitian	7

BAB II KAJIAN TEORITIK

A. Deskripsi Konseptual.....	8
1. Keputusan Pembelian.....	8
2. Harga	11

3. Kualitas Produk	15
4. Promosi	21
B. Hasil Penelitian Yang Relevan	24
C. Kerangka Teoritis	35
D. Hipotesis Penelitian	37

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Tujuan Penelitian	38
B. Tempat dan Waktu Penelitian	38
C. Metode Penelitian	39
D. Populasi dan Sampel	39
E. Teknik Pengumpulan Data	41
F. Metode Analisis	48

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data	61
B. Uji Asumsi Klasik	69
C. Analisis Regresi Linier Berganda	73
D. Pengujian Hipotesis	74
E. Pembahasan Hasil Penelitian	78

BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN

A. Kesimpulan	82
B. Implikasi	83
C. Saran	84

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand	3
Tabel 2.1 Review penelitian yang relevan	34
Tabel 3.1 Skala Likert	42
Tabel 3.2 Interval Penilaian Skala Likert	43
Tabel 3.3 Operasionalisasi Variabel <i>Dependent</i> (Keputusan Pembelian)	44
Tabel 3.4 Operasionalisasi Variabel <i>Independent</i> (Harga)	45
Tabel 3.5 Operasionalisasi Variabel <i>Independent</i> (Kualitas Produk)	46
Tabel 3.6 Operasionalisasi Variabel <i>Independent</i> (Promosi)	47
Tabel 3.7 Hasil uji Validitas Variabel Harga	47
Tabel 3.8 Hasil uji Reliabilitas Variabel Harga	50
Tabel 3.9 Hasil uji Validitas Variabel Kualitas Produk	50
Tabel 3.10 Hasil uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk	51
Tabel 3.11 Hasil uji Validitas Variabel Promosi	52
Tabel 3.12 Hasil uji Reliabilitas Variabel Promosi	53
Tabel 3.13 Hasil uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	54
Tabel 3.14 Hasil uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian	54
Tabel 4.1 Penyebaran Kuesioner	62
Tabel 4.2 Komposisi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin periode November-Desember 2015	62

Tabel 4.4 Komposisi Responden Berdasarkan Usia periode November- Desember 2015	63
Tabel 4.5 Deskripsi Harga	64
Tabel 4.6 Deskripsi Kualitas Produk	65
Tabel 4.7 Deskripsi Promosi	66
Tabel 4.8 Deskripsi Keputusan Pembelian	68
Tabel 4.9 Uji Kolmogorov-Smirnov Test	70
Tabel 4.10 Uji Multikolinieritas	72
Tabel 4.11 Analisis Regresi Berganda	73
Tabel 4.12 Hasil Uji Signifikan Parsial (Uji-t)	75
Tabel 4.13 Hasil Uji simultan (Uji F)	77
Tabel 4.14 Koefisien Determinasi (R^2)	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Teoritis	36
Gambar 4.1 Uji Normalitas	69
Gambar 4.2 Uji Heteroskedastisitas	71