

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Identifikasi Masalah.....	6
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian	6
E. Kegunaan Penelitian.....	7
F. Kerangka Pemikiran.....	8
G. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu	12
H. Hipotesis.....	21
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	23
A. Manajemen.....	23
B. Manajemen Pemasaran.....	27
C. Keputusan Pembelian.....	35
D. Kualitas Produk.....	43
E. Promosi	47
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	53
A. Metodologi Penelitian	53
B. Populasi dan Sampel	55
C. Jenis dan Sumber Data	57

D. Variabel Penelitian	59
E. Teknik Pengumpulan Data.....	61
F. Analisis Data	63
G. Uji Hipotesis	70
H. Jadwal dan Tempat Penelitian.....	74
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	75
A. Gambaran Umum Tentang Perusahaan.....	75
1. Motto Perusahaan Herba Penawar Alwahida Indonesia.....	75
2. Profil Perusahaan Herba Penawar Alwahida Indonesia.....	75
3. Visi dan Misi PT HPAI.....	76
4. 5 Pilar Perusahaan.....	77
B. Hasil Penelitian	82
1. Analisis Deskriptif Karakteristik Responden.....	82
2. Pengujian Instrumen	86
3. Pengujian Hipotesis	95
C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	105
1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	105
2. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian	106
3. Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian...	
.....	108
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	110
A. Kesimpulan	110
B. Saran.....	111
DAFTAR PUSTAKA	113

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Perusahaan Penjualan Langsung Berjenjang Syariah.....	4
Tabel 1.2 Hasil Penelitian Terdahulu.....	12
Tabel 3.1 Operasional Tabel Penelitian.....	60
Tabel 3.2 Kriteria Penafsiran Kondisi Variabel Penelitian.....	64
Tabel 3.3 Pedoman untuk Memberikan Interpretasi terhadap Koefisien Korelasi	70
Tabel 3.4 Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Determinasi.....	73
Tabel 3.5 Jadwal Penelitian.....	74
Tabel 4.1 Profil Responden berdasarkan Tingkat Usia.....	82
Tabel 4.2 Profil Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	84
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	85
Tabel 4.4 Data Deskriptif Total Skor.....	87
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Produk.....	88
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Mengenai Promosi.....	89
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian.....	90
Tabel 4.8 Hasil Pengujian Validitas Variabel Kualitas Produk (X_1).....	91
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Validitas Variabel Promosi (X_2).....	92
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	92
Tabel 4.11 Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha.....	93

Tabel 4.12 Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Kualitas Produk (X_1)	94
Tabel 4.13 Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Promosi (X_2)	94
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Kualitas Produk (Y).....	95
Tabel 4.15 Hasil Pengujian Korelasi.....	96
Tabel 4.16 Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda.....	97
Tabel 4.17 Hasil Pengujian Parsial (t): $X_1 - Y$	99
Tabel 4.18 Hasil Pengujian Parsial (t): $X_2 - Y$	101
Tabel 4.19 Hasil Pengujian Simultan (F).....	103
Tabel 4.20 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)	104



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran.....	10
Gambar 1.2 Kerangka Berpikir.....	11
Gambar 4.1 Produk HPAI.....	77
Gambar 4.2 Profil Responden Berdasarkan Tingkat Usia.....	83
Gambar 4.3 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	85
Gambar 4.4 Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	86
Gambar 4.5 Kurva Uji t Pengaruh Variabel X_1 terhadap Y.....	100
Gambar 4.6 Kurva Uji t Pengaruh Variabel X_2 terhadap Y.....	102
Gambar 4.7 Kurva Uji F.....	104

