

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI	iv
ABSTRAK	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
UCAPAN TERIMAKASIH.....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah.....	6
C. Batasan Masalah	7
D. Rumusan Masalah.....	8
E. Tujuan Penelitian	8
F. Manfaat Penelitian	8
G. Jadwal Penelitian	9
H. Sistematika Penulisan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
A. Konsep dan Teori.....	12
1. Manajemen.....	12
2. Manajemen Pemasaran	15

3. Harga.....	18
4. Kelengkapan Produk.....	22
5. Keputusan Pembelian	23
B. Kajian Penelitian Terdahulu	25
C. Kerangka Berpikir.....	28
D. Hipotesis	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	34
A. Jenis Penelitian.....	34
B. Waktu dan Wilayah Penelitian.....	35
C. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	36
1. Populasi.....	36
2. Sampel	36
3. Teknik Pengambilan Sampel	38
D. Data dan Sumber Data	39
1. Jenis Data.....	39
2. Sumber Data	39
E. Teknik Pengumpulan Data.....	40
F. Variabel Penelitian.....	42
1. Variabel Bebas (<i>Independen Variable</i>).....	43
2. Variabel Terikat (<i>Dependen Variable</i>)	43
G. Definisi Operasional Variabel.....	44
H. Teknik Analisis Data.....	45
1. Analisis Deskriptif	46
2. Uji Instrumen Penelitian	46
3. Uji Asumsi Klasik.....	49
4. Analisis Regresi Linier Berganda	51
5. Uji Hipotesis	52
6. Analisis Koefisien Derminasi (R^2).....	55

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	56
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	56
B. Analisis Deskriptif Statistik	60
C. Pengujian dan Hasil Analisis	71
1. Analisis Uji Instrumen	71
2. Analisis Uji Asumsi Klasik.....	78
3. Analisis Regresi Linier Berganda	82
4. Analisis Uji Hipotesis	84
5. Analisis Uji Koefisien Determinasi	88
D. Pembahasan.....	89
BAB V PENUTUP	93
A. Kesimpulan	93
B. Keterbatasan Penelitian.....	94
C. Saran	95
DAFTAR PUSTAKA	97
A. Sumber dari Buku	97
B. Sumber dari Jurnal	98
LAMPIRAN.....	101