

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	i
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>SURAT PERNYATAAN PLAGIASI</b> .....	iii
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	iv
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>ABSTRAK</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xvi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xviii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	10
C. Rumusan Masalah.....	11
D. Tujuan Penelitian.....	11
E. Manfaat Penelitian.....	11
F. Kerangka Berfikir Penelitian.....	13
G. Penelitian Terdahulu.....	14
H. Hipotesis.....	20
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	21

A. Manajemen.....	21
1. Pengertian Manajemen.....	21
2. Fungsi Manajemen.....	22
B. Manajemen Pemasaran.....	24
1. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	24
C. Promosi.....	25
1. Pengertian Promosi.....	25
2. Manfaat Promosi.....	26
3. Indikator Promosi.....	27
D. Harga.....	27
1. Pengertian Harga.....	27
2. Pengertian Penetapan Harga.....	28
3. Tujuan Penetapan Harga.....	28
4. Metode Penetapan Harga.....	30
5. Dimensi Harga.....	31
E. Keputusan Pembelian.....	32
1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	32
2. Proses Keputusan Pembelian.....	32
3. Dimensi Keputusan Pembelian.....	34
F. Hubungan Antar Variabel.....	35
1. Hubungan Antara Variabel Promosi Dengan Keputusan Pembelian.....	35
2. Hubungan Antara Variabel Harga Dengan Keputusan Pembelian.....	36
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>38</b>
A. Metode Penelitian.....	38

B. Populasi dan Sampel.....	38
1. Populasi.....	38
2. Sampel.....	39
C. Sumber Data.....	41
1. Data Primer.....	41
2. Data Sekunder.....	41
D. Operasional Variabel Penelitian.....	41
1. Variabel Independen.....	41
2. Variabel Dependen.....	42
E. Teknik Pengumpulan Data.....	44
1. Teknik Pengumpulan Data.....	44
2. Sumber Data.....	45
3. Metode Pengumpulan Data.....	45
F. Analisis Data.....	46
1. Analisis Deskriptif Statistik.....	46
2. Uji Validitas.....	47
3. Uji Reliabilitas.....	47
4. Uji Regresi Linear Berganda.....	48
G. Jadwal dan Tempat Penelitian.....	49
1. Tempat Penelitian.....	49
2. Jadwal Penelitian.....	49
<b>BAB IV PEMBAHASAN.....</b>	<b>51</b>
A. Gambaran Perusahaan.....	51
1. Sejarah Perusahaan.....	51

2.	Visi dan Misi Perusahaan.....	52
3.	Logo Perusahaan.....	52
4.	Struktur Organisasi.....	53
B.	Karakteristik Profil Responden.....	53
1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	54
3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	55
4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	56
C.	Analisis Deskriptif Statistik.....	56
D.	Pengolahan Data Deskriptif.....	59
E.	Analisis Data.....	68
1.	Uji Validitas.....	68
2.	Uji Reliabilitas.....	70
F.	Analisis Koefisien Korelasi.....	72
G.	Uji Hipotesis.....	74
1.	Uji Regresi Linear Berganda.....	74
2.	Uji Parsial (Uji t).....	76
3.	Uji Simultan (Uji f).....	78
4.	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	79
H.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	81
1.	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	81
2.	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	82
3.	Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	83
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP.....</b>	<b>85</b>

A. Kesimpulan.....	85
B. Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA.....	87
LAMPIRAN.....	91



uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUNAN GUNUNG DJATI  
BANDUNG

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah pengguna Merek Handphone di Indonesia Tahun 2013.....	5
Tabel 1. 2 Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	42
Tabel 3. 2 Penilaian Skor.....	47
Tabel 3. 3 Jadwal Penelitian.....	49
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	54
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	55
Tabel 4. 4 Karakteristik Respondon Berdasarkan Pendapatan.....	56
Tabel 4. 5 Hasil Uji Deskriptif Statistik.....	56
Tabel 4. 6 Interval Kelas Dalam Deskripsi Hasil Penelitian.....	59
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Promosi (X1).....	60
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Mengenai Harga (X2).....	63
Tabel 4. 9 Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian (Y).....	66
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi (X1).....	69
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X2).....	69
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	70
Tabel 4. 13 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi (X1).....	71
Tabel 4. 14 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga (X2) <b>Error! Bookmark not defined.</b>	
Tabel 4. 15 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	72
Tabel 4. 16 Interpretasi Nilai Koefisien Korelasi.....	72
Tabel 4. 17 Hasil Uji Koefisien Korelasi.....	73

Tabel 4. 18 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	75
Tabel 4. 19 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	76
Tabel 4. 20 Hasil Uji Simultan (Uji f).....	78
Tabel 4. 21 Interpretasi Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	79
Tabel 4. 22 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	80



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna <i>HandPhone</i> di Indonesia Tahun 2016-2019.....	3
Gambar 1. 2 Data Penjualan <i>HandPhone</i> Kus <i>Cellular</i> Kab. Kuningan, Jawa Barat Tahun 2019.....	4
Gambar 1. 3 Kerangk Berfikir Penelitian.....	13
Gambar 2. 1 Proses Keputusan Pembelian.....	32
Gambar 4. 1 Logo Perusahaan Kus <i>Cellular</i> .....	52
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi Kus <i>Cellula</i> .....	53
Gambar 4. 3 Garis Kontinum Variabel Promosi (X1).....	62
Gambar 4. 4 Garis Kontinum Variabel Harga (X2).....	65
Gambar 4. 5 Garis Kontinum Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	68





uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUNAN GUNUNG DJATI  
BANDUNG