

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	
SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	
RIWAYAT HIDUP	
ABSTRAK	
KATA PENGANTAR	i
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Identifikasi Masalah.....	8
C. Rumusan Masalah.....	9
D. Tujuan Penelitian	9
E. Kegunaan Penelitian	9
F. Kerangka Pemikiran.....	10
G. Penelitian Terdahulu	12
H. Hipotesis Penelitian	17
BAB II.....	16
TINJAUAN PUSTAKA	16
A. Pengertian Manajemen.....	16
B. Pengertian Manajemen Pemasaran	17
C. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	18
D. Harga.....	19
1. Pengertian Harga.....	19
2. Penetapan Harga	20
3. Tujuan Penetapan Harga	21
4. Indikator Harga	21
E. Kualitas Produk.....	22
1. Pengertian Produk.....	22
2. Pengertian Kualitas Produk.....	23

3. Dimensi Kualitas Produk	24
F. Keputusan Pembelian.....	25
1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	25
2. Proses Keputusan Pembelian	26
BAB III	28
METODOLOGI PENELITIAN.....	28
A. Metode Penelitian	28
B. Populasi dan Sampel.....	28
1. Populasi.....	28
2. Sampel.....	30
C. Jenis Data	31
1. Data Primer	32
2. Data Sekunder	32
D. Variabel Penelitian.....	33
E. Teknik Pengumpulan Data.....	37
F. Analisis Data.....	39
1. Uji Validitas	39
2. Uji Reliabilitas	40
3. Uji Statistik Deskriptif	41
4. Analisis Korelasi	41
5. Analisis Regresi Berganda.....	43
6. Uji Hipotesis	43
G. Tempat dan Jadwal Penelitian.....	46
BAB IV	48
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
A. Profil Perusahaan	48
1. Gambaran Singkat Perusahaan <i>Smartphone Vivo</i>	48
B. Pengujian Instrumen Penelitian	49
1. Hasil Penyebaran Kuesioner	50
2. Gambaran Umum Responden	50
3. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	53
a) Uji Validitas	53

b) Uji Reliabilitas	56
C. Analisa Data Statistik Deskriptif.....	59
1. Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan Kuesioner	59
2. Pengolahan Data Deskriptif Statistik	84
D. Hasil Penelitian	87
1. Uji Korelasi.....	87
2. Uji Analisis Regresi Linier Berganda	89
3. Uji Hipotesis	91
a. Uji Parsial (t).....	91
b. Uji Simultan (F).....	94
c. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	95
E. Pembahasan Hasil Penelitian	96
1. Pengaruh Harga (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	96
2. Pengaruh Kualitas Produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	97
3. Pengaruh Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2) secara simultan terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	98
BAB V	100
PENUTUP	100
A. Kesimpulan	100
B. Saran	100
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN.....	105