

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIARISME	iii
RIWAYAT HIDUP	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian.....	6
E. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Kajian Penelitian Terdahulu	8
B. Konsep dan Teori	12
1. Pemasaran.....	12

2.	Manajemen Pemasaran	14
3.	Kualitas produk	16
4.	Promosi.....	20
5.	Keputusan Pembelian	29
C.	Kerangka Berpikir	36
D.	Hipotesis	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		40
A.	Metode dan Pendekatan.....	40
B.	Jenis Data dan Sumber Data.....	41
C.	Populasi Dan Sampel.....	42
D.	Variabel Penelitian dan Operasional Variabel	44
E.	Teknik Pengumpulan Data	46
F.	Teknik Analisis Data.....	48
1.	Analisis Data Deskriptif	48
2.	Uji Instrumen.....	48
3.	Analisis Regresi linear Berganda	51
4.	Uji Korelasi	53
5.	Uji Hipotesis.....	54
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		56
A.	Profil Objek Penelitian	56

B. Deskripsi Data	57
1. Karakteristik Responden.....	58
2. Analisis Deskriptif	60
C. Uji Instrumen	77
1. Uji Validitas	77
2. Uji Reliabilitas	79
D. Uji Hipotesis	80
1. Analisis Regresi Linear Berganda	80
2. Uji-t (Uji Parsial)	82
3. Uji-F (Uji Simultan).....	83
4. Koefisien Determinasi	84
E. Pembahasan.....	85
1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	85
2. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian	86
3. Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian...87	
BAB V PENUTUP.....	90
A. Kesimpulan.....	90
B. Saran	91
1. Bagi Penelitian Selanjutnya	91
2. Bagi Perusahaan.....	91

DAFTAR PUSTAKA.....93
LAMPIRAN.....96

