

DAFTAR ISI

Lembar Pengesahan.....	i
Surat Pernyataan.....	ii
Abstrak.....	iii
Abstract.....	iv
Kata Pengantar.....	v
Daftar Isi.....	viii
Daftar Tabel.....	xi
Daftar Gambar.....	xi
Daftar Lampiran.....	xii
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
 BAB II LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	 8
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Pemasaran.....	8
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	9
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	10
2.1.4 Kualitas Produk.....	14
2.1.5 Harga.....	20
2.1.6 Bauran Promosi.....	25
2.2 Kerangka Pemikiran.....	30
2.2.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	31
2.2.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	32
2.2.3 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	33
2.2.4 Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	34
2.3 Ringkasan Hipotesis.....	36

BAB III METODE PENELITIAN.....	37
3.1 Objek Penelitian.....	37
3.2 Operasionalisasi Penelitian.....	41
3.3 Metode Penelitian.....	29
3.3.1 Jenis dan Sumber Data.....	42
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.4 Populasi dan Sampel.....	45
3.5 Skala Pengukuran.....	46
3.6 Pengujian Instrumen Penelitian.....	47
3.6.1 Uji Validitas.....	47
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	48
3.7 Metode Analisis Data.....	48
3.7.1 Uji Asumsi Klasik.....	49
3.7.1.1 Uji Normalitas.....	49
3.7.1.2 Uji Multikolinieritas.....	49
3.7.1.3 Uji Heteroskedastisitas.....	50
3.7.2 Regresi Linier Berganda.....	50
3.7.3 Koefisien Relasi.....	51
3.7.4 Pengujian Hipotesis.....	52
3.7.4.1 Uji t atau Uji Parameter Individual.....	52
3.7.4.2 Uji F atau Uji Simultan.....	54
3.7.4.3 Uji Determinasi.....	54
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	56
4.1 Deskripsi Obyek Penelitian.....	56
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	56
4.1.2 Gambaran Tentang Karakteristik Responden.....	61
4.2 Analisis Data.....	64
4.2.1 Hasil Uji Validitas dan Realibiitas.....	65
4.2.1.1 Hasil Uji Validitas.....	65
4.2.1.2 Hasil Uji Realibilitas.....	68
4.2.2 Analisis Data Deskriptif.....	69
4.2.2.1 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk	70
4.2.2.2 Analisis Deskriptif Variabel Harga.....	84

4.2.2.3	Analisis Deskriptif Variabel Promosi.....	92
4.2.2.4	Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	101
4.2.3	Uji Asumsi Klasik.....	106
4.2.3.1.	Uji Asumsi Normalitas.....	107
4.2.3.2	Uji Asumsi Multikolinieritas.....	108
4.2.3.3	Uji Asumsi Heteroskedastisitas.....	109
4.2.4	Analisis Regresi Berganda.....	110
4.2.4.1	Analisis Korelasi.....	110
4.2.4.2	Koefisien Regresi.....	112
4.2.5	Pengujian Hipotesis.....	114
4.3.3.1	Uji t (Uji Parameter Individu).....	114
4.3.3.2	Uji F (Uji Model Bersama-sama.....	116
4.3.3.3	Koefisien Determinasi secara Parsial.....	118
4.3	Pembahasan.....	120
4.3.1	Pengaruh Kualitas Produk (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y)....	120
4.3.2	Pengaruh Harga (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y).....	122
4.3.3	Pengaruh Promosi (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y).....	123
4.3.4	Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian mobil Honda BR-V.....	124
4.4	Implikasi Manajerial.....	125
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		131
5.1	Kesimpulan.....	131
5.2	Saran.....	132
5.3.	Keterbatasan Penelitian.....	134
5.4	Agenda Penelitian Mendatang.....	135

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

