

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR GRAFIK.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	 9
2.1 Kajian Pustaka	9
2.1.1 Pemasaran	9
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	10
2.1.3 Bauran Pemasaran.....	10
2.2 Kualitas Produk	11
2.2.1 Pengertian Kualitas Produk.....	11
2.2.2 Dimensi Kualitas Produk	12
2.3 Promosi Penjualan	14
2.3.1 Pengertian Promosi Penjualan	14
2.3.2 Tujuan Promosi Penjualan.....	14
2.3.3 Karakteristik Promosi Penjualan	15
2.3.4 Kekuatan dan Kelemahan Promosi Penjualan	15

2.3.5 Alat-alat Promosi Penjualan	16
2.3.6 Dimensi Promosi Penjualan.....	17
2.4 Proses Keputusan Pembelian	18
2.4.1 Pengertian Proses Keputusan Pembelian	18
2.4.2 Dimensi Proses Keputusan Pembelian	22
2.5 Penelitian Terdahulu	24
2.6 Kerangka Pemikiran.....	26
2.7 Hipotesis	28
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1 Objek Penelitian.....	29
3.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	29
3.1.2 Logo Perusahaan.....	30
3.2 Metode Penelitian	30
3.3 Operasional Variabel	31
3.4 Sumber Data dan Cara Penentuan Data	36
3.4.1 Sumber Data.....	36
3.4.2 Cara Penentuan Data	37
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.6 Skala Pengukuran.....	40
3.7 Teknik Analisis Data.....	41
3.7.1 Uji Validitas	41
3.7.2 Uji Realibilitas	42
3.8 Uji Asumsi Klasik	43
3.8.1 Uji Normalitas	44
3.8.2 Uji Heteroskedastisitas.....	44
3.8.3 Uji Multikolineritas.....	45
3.8.4 Uji Autokolerasi	45
3.9 Rancangan Analisis Data dan Hipotesis	46
3.9.1 Analisis Deskriptif	46
3.9.2 Analisis Verifikatif.....	46

3.9.3 Analisis Regresi Linier Berganda	46
3.9.4 Analisis Koefisien Korelasi	47
3.9.5 Analisis Koefisien Determinasi	47
3.9.6 Uji Hipotesis Parsial (Uji t)	49
3.9.7 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	53
4.1 Hasil Penelitian	53
4.1.1 Karakteristik Responden	53
4.2 Analisis Deskriptif Tanggapan Responden.....	55
4.2.1 Analisis Deskriptif Kualitas Produk.....	57
4.2.2 Analisis Deskriptif Promosi Penjualan	64
4.2.3 Analisis Deskriptif Proses Keputusan Pembelian	71
4.3 Uji Validitas	78
4.4 Uji Reliabilitas	80
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	82
4.5.1 Uji Normalitas.....	82
4.5.2 Uji Heteroskedastisitas.....	84
4.5.3 Uji Multikolonieritas.....	85
4.5.4 Uji Autokorelasi.....	87
4.6 Hasil Analisis	88
4.6.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	88
4.6.2 Analisis Koefisien Korelasi.....	89
4.6.3 Koefisien Determinasi.....	91
4.6.4 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji T).....	93
4.6.5 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	95
4.7 Pembahasan Penelitian.....	96
4.7.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Proses Keputusan Pembelian.....	97
4.7.2 Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Proses Keputusan Pembelian.....	98

4.7.3 Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Penjualan Terhadap Proses Keputusan Pembelian	98
---	----

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN99

5.1 Kesimpulan	99
----------------------	----

5.2 Saran.....	100
----------------	-----

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

