

## DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Kegunaan Penelitian.....	8
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS</b>	
2.1 Kajian Pustaka .....	9
2.1.1 Pengertian Bauran Pemasaran .....	9
2.1.2 Kinerja Promosi.....	11
2.1.3 Tujuan Promosi .....	12
2.1.4 Kualitas Produk Sepatu .....	13
2.1.5 Perilaku Pembelian .....	15
2.1.6 Hubungan Kualitas Produk dan Kinerja Promosi dengan Proses Keputusan Pembelian Konsumen .....	23
2.1.7 Penelitian Sebelumnya dan Jurnal Internasional .....	25
2.2 Kerangka Pemikiran .....	29
2.3 Hipotesis Penelitian .....	34

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1 Metode yang Digunakan .....	35
3.2 Operasional Variabel .....	36
3.3 Sumber dan Penentuan Data/Informasi .....	40
3.3.1 Sumber Data/ Informasi .....	40
3.3.2 Cara Penentuan Data dan Informasi .....	40
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	43
3.4.1 Uji Validitas .....	45
3.4.2 Uji Reliabilitas .....	48
3.5 Rancangan Analisis dan Hipotesis .....	52
3.5.1 Rancangan Analisis .....	52
3.5.2 Rancangan Uji Hipotesis .....	59

### **BAB IV HASIL PENELITIAN**

4.1 Profil Konveksi Sepatu Vikway Shoes .....	63
4.2 Profil Konsumen Vikway Shoes .....	65
4.3 Analisis Deskriptif Hasil Penelitian .....	69
4.3.1. Kinerja Promosi Vikway Shoes .....	69
4.3.2. Kualitas Sepatu Vikway Shoes .....	71
4.3.3. Proses Keputusan Pembelian Konsumen Vikway Shoes.....	74
4.4 Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk dalam Proses Menentukan Keputusan Pembelian Konsumen Vikway Shoes .....	78
4.4.1 Hasil Uji Hipotesis .....	79
4.4.2 Pengujian Hipotesis Minor Penelitian .....	80

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan.....	87
5.2 Saran.....	88

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pendapatan Domestik Regional Bruto Kota Bandung 2010-2011 .....	2
Tabel 1.2 Data Penjualan Vikway Shoes dalam Rupiah.....	3
Tabel 2.1 Dimensi Bauran Pemasaran .....	10
Tabel 2.2 Dimensi Bauran Promosi .....	11
Tabel 2.3 Kualitas Produk .....	14
Tabel 2.4 Dimensi Kualitas Produk .....	30
Tabel 2.5 Dimensi Promosi .....	31
Tabel 3.1 Oprasional Variabel Penelitian .....	37
Tabel 3.2 Jenis Sumber Data .....	40
Tabel 3.3 Teknik pengumpulan Data .....	44
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas .....	48
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas .....	52
Tabel 3.6 Jumlah Persentase Item Pertanyaan .....	53
Tabel 3.7 Rentang per-Item Pernyataan dan per-Variabel .....	56
Tabel 3.8 Interpretasi Koefisien Diterminasi .....	61
Tabel 4.1 Kategori Konsumen berdasarkan Jenis Kelamin .....	64
Tabel 4.2 Kategori Konsumen berdasarkan Usia .....	65
Tabel 4.3 Kategori Konsumen berdasarkan Pekerjaan .....	65
Tabel 4.4 Kategori Konsumen berdasarkan Pendapatan per-Bulan .....	66
Tabel 4.5 Intensitas Konsumen Membeli sepatu Vikway Shoes .....	66
Tabel 4.6 Pernyataan Media yang diakses Konsumen .....	67
Tabel 4.7 Rekapitulasi Variabel Promosi .....	68
Tabel 4.8 Rekapitulasi Variabel Kualitas .....	71
Tabel 4.9 Rekapitulasi Variabel Proses Keputusan Pembelian .....	74
Tabel 4.10 Referensi Sepatu Vikway Shoes .....	75

Tabel 4.11 Korelasi Antar Variabel .....	78
Tabel 4.12 Besar Koefisien Jalur .....	79
Tabel 4.13 Model Summary .....	82
Tabel 4.14 Model Anova .....	82
Tabel 4.15 Koefisien .....	83
Tabel 4.16 Pengaruh Variabel .....	84

### **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Rincian Bauran Pemasaran .....	9
Gambar 2.2 Proses Keputusan Pembelian .....	20
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran .....	33
Gambar 2.4 Gambar Paradigma Penelitian .....	34
Gambar 3.1 Struktur Hubungan Diantar Variabel .....	58
Gambar 4.1 Sepatu Vikway Shoes.....	63
Gambar 4.2 Hubungan Struktural antar Variabel Promosi, Kualitas dan Proses Keputusan Pembelian .....	80

## DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner
2. Output SPSS
3. Rekapitulasi Jawaban Kuesioner
4. Tabel r
5. Tabel t
6. Kartu Bimbingan
7. Daftar Riwayat Hidup

