

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL DALAM.....	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN DEWAN PENGUJI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	13
1.3 Batasan Masalah.....	13
1.4 Tujuan Penelitian.....	13
1.5 Manfaat Penelitian.....	14
1.6 Sistematika Penulisan.....	14
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pengertian Manajemen.....	16
2.2 Pengertian Pemasaran.....	17
2.3 Pengertian Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	18
2.4 Pengertian Harga.....	19
2.4.1 Indikator Harga.....	20
2.5 Pengertian Potongan Harga.....	21
2.5.1 Indikator Potongan Harga.....	23
2.6 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	24
2.6.1 Indikator Kualitas Pelayanan.....	25
2.7 <i>Theory of Reasoned Action</i> (TRA).....	26
2.8 Pengertian Minat Beli.....	27
2.8.1 Indikator Minat Beli.....	28
2.9 Penelitian Terdahulu.....	29
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Model Konseptual Penelitian.....	32
3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	33
3.2.1 Definisi Variabel.....	33
3.2.2 Operasionalisasi Variabel.....	35
3.3 Hubungan Antar Variabel dan Hipotesis.....	38
3.3.1 Hubungan Harga dengan Minat Beli.....	39
3.3.2 Hubungan Potongan Harga dengan Minat Beli.....	39

3.3.3 Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Minat Beli.....	40
3.3.4 Hubungan Harga, Potongan Harga dan Kualitas Pelayanan dengan Minat Beli.....	41
3.4 Unit Analisis, Populasi dan Sampel.....	42
3.4.1 Populasi.....	43
3.4.2 Sampel.....	43
3.4.3 Teknik Sampling.....	44
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.6 Pre-Test.....	46
3.6.1 Uji Validitas.....	46
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	47
3.7 Main Test.....	47
3.7.1 Uji Asumsi Klasik.....	47
3.7.1.1 Uji Normalitas.....	48
3.7.1.2 Uji Multikolinearitas.....	48
3.7.1.3 Uji Heteroskedastisitas.....	48
3.7.2 Uji Hipotesis.....	49
3.7.2.1 Uji Regresi Linier Berganda.....	49
3.7.2.2 Koefisien Determinasi (R^2).....	50
3.7.2.3 Uji t.....	50
3.7.2.4 Uji F.....	51
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
4.1 Profil Objek Penelitian.....	53
4.2 Karakteristik Responden.....	53
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	55
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	55
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	56
4.3 Hasil Pre-Test.....	56
4.3.1 Analisis Hasil Uji Validitas.....	57
4.3.2 Analisis Hasil Uji Reliabilitas.....	59
4.4 Hasil Main Test.....	60
4.4.1 Hasil dan Analisis Uji Validitas.....	60
4.4.2 Hasil dan Analisis Uji Reliabilitas.....	62
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	63
4.5.1 Uji Normalitas.....	63
4.5.2 Uji Multikolinearitas.....	64
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas.....	64
4.6 Uji Hipotesis.....	66
4.6.1 Uji Regresi Linier Berganda.....	66
4.6.2 Uji Determinasi (R^2).....	67
4.6.3 Uji t.....	68
4.6.4 Uji F.....	69
4.7 Uji Mean.....	70
4.7.1 Hasil Mean Variabel Harga (X1).....	70

4.7.2 Hasil Mean Variabel Potongan Harga (X2).....	71
4.7.3 Hasil Mean Variabel Kualitas Pelayanan (X3).....	71
4.7.4 Hasil Mean Variabel Minat Beli (Y).....	72
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	74
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	74
5.3 Saran.....	75
5.3.1 Implikasi Manajerial.....	75
5.3.2 Saran untuk Penelitian Selanjutnya.....	75
DAFTAR PUSTAKA.....	77
RIWAYAT HIDUP.....	84
LAMPIRAN	

