

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL DALAM	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI.....	v
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	9
1.3. Batasan Masalah	9
1.4. Tujuan Penelitian	10
1.5. Manfaat Penelitian	10
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Manajemen	11
2.1.1. Manajemen Pemasaran	11
2.2. Kualitas Produk	12
2.2.1. Pengertian Kualitas	12
2.2.2. Pengertian Kualitas Produk.....	12
2.2.3. Dimensi Kualitas Produk.....	13
2.3. Harga	14
2.3.1. Pengertian Harga.....	14
2.3.2. Peranan Harga	14
2.3.3. Strategi Penetapan Harga.....	15
2.3.4. Indikator Harga.....	16
2.4. Keputusan Pembelian	16
2.4.1. Pengertian Keputusan Pembelian	16
2.4.2. Proses Keputusan Pembelian Konsumen.....	17
2.4.3. Model dan Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen.....	19
2.4.4. Dimensi Keputusan Pembelian Konsumen	19
2.5. Penelitian Terdahulu.....	20
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Model Konseptual Penelitian.....	24
3.2. Variabel Penelitian.....	24
3.3. Definisi Operasional Variabel	25
3.4. Hubungan Antara Variabel dan Hipotesis Penelitian	27
3.4.1. Hubungan Antara Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian	28
3.4.2. Hubungan Antara Harga dan Keputusan Pembelian	28

3.4.3. Jenis Penelitian, Unit Analisis, Populasi dan Sampel.....	29
3.4.4. Tempat Penelitian	30
3.4.5. Waktu Penelitian.....	30
3.4.6. Jenis Data.....	30
3.5. Metode Pengumpulan Data.....	30
3.5.1. Sumber Data	32
3.5.2. Populasi dan Sampel.....	32
3.5.3. Kriteria Sampel.....	33
3.5.4. Teknik Pengambilan Sampel	33
3.5.5. Unit Analisis	34
3.6. Pre-Test Uji Validitas dan Realibilitas	34
3.6.1. Uji Validitas.....	34
3.6.2. Uji Reliabilitas	35
3.6.3. Uji Asumsi Klasik.....	36
3.6.4. Uji Normalitas	36
3.6.5. Uji Multikolinearitas	
3.6.6. Uji Heterokedastisitas	37
3.6.7. Uji Regresi Linier Berganda.....	37
3.6.8. Uji Korelasi Parsial.....	37
3.6.9. Uji Korelasi Berganda (R).....	37
3.6.10. Koefisien Determinasi.....	38
3.6.11. Uji F.....	38
3.6.12. Uji T	39
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1. Analisis Pre Test.....	40
4.1.1. Uji Validitas.....	40
4.1.1.1. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk.....	40
4.1.1.2. Hasil Uji Validitas Variabel Harga.....	41
4.1.1.3. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	42
4.1.2. Uji Reliabilitas.....	43
4.1.3. Kesimpulan Hasil <i>Pre-Test</i>	43
4.2. <i>Main-Tests</i>	44
4.2.1. Deskripsi Profil Responden	44
4.2.1.1. Jenis Kelamin Responden	44
4.2.1.2. Usia Responden	45
4.2.1.3. Pendidikan Terakhir Responden	45
4.2.1.4. Penghasilan Perbulan Responden	46
4.2.2. Uji Validitas 100 Responden	47
4.2.2.1. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk.....	47
4.2.2.2. Hasil Uji Validitas Variabel Harga.....	48
4.2.2.3. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	48
4.2.3. Uji Reliabilitas 100 Responden	49
4.2.4. Hasil Uji Asumsi Klasik	50
4.2.4.1. Uji Normalitas.....	50
4.2.4.2. Uji Multikolineritas.....	51

4.2.4.3. Uji Autokorelasi.....	52
4.2.4.4. Uji Heteroskedastisitas	53
4.2.5. Uji Hipotesis	54
4.2.5.1. Uji Regresi Linier Berganda.....	54
4.2.5.2. Uji T	56
4.2.5.3. Uji F	58
4.2.5.4. Uji Koefisien Determinasi	59
4.3. Pembahasan	60
4.3.1. Hipotesis 1	60
4.3.2. Hipotesis 2	60
4.3.3. Hipotesis 3	61
4.4. Analisis Kuat Pengaruh Indikator dengan Nilai <i>Mean</i>	61
4.4.1. Variabel Kualitas Produk.....	61
4.4.2. Variabel Harga.....	62
4.4.3. Variabel Keputusan Pembelian.....	63
 BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Simpulan	65
5.2. Saran	65
5.2.1. Implikasi Manajerial.....	65
5.2.2. Saran Penelitian	66
5.3. Keterbatasan Penelitian	67
DAFTAR PUSTAKA.....	68
RIWAYAT HIDUP.....	70
LAMPIRAN	



KALBIS Institute
Transforming Hearts and Minds