

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
KATA PENGANTAR	ii
ABSTRAK	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Teoritis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Persepsi Harga.....	11
2.1.2 Lokasi.....	13
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	14
2.2 Penelitian Terdahulu	16

2.3 Pengaruh Antar Variabel dan Hipotesis.....	19
2.3.1 Pengaruh Persepsi Harga dan Keputusan Pembelian.....	19
2.3.2 Pengaruh Lokasi dan Keputusan Pembelian.....	19
2.4 Model Analisis	20
BAB III METODE PENELITIAN.....	21
3.1 Jenis Penelitian.....	21
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	21
3.3 Jenis Data, Sumber Data, dan Skala Pengukuran	22
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	23
3.5 Prosedur Pengumpulan Data.....	24
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	24
3.7 Uji Asumsi Klasik.....	25
3.8 Model Analisis Data.....	26
3.8.1 Analisis Regresi Linier Berganda	26
3.8.2 Uji F	27
3.8.3 Uji t.....	27
3.8.4 Koefisien Korelasi R.....	27
3.8.5 Koefisien Determinasi R <i>Square</i>	28
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	29
4.1 Hasil Analisis Data.....	29
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian	29
4.1.2 Karakteristik Responden	29
4.1.3 Analisis Deskriptif Variabel.....	31

4.1.3.1 Persepsi Harga.....	31
4.1.3.2 Lokasi.....	32
4.1.3.3 Keputusan Pembelian.....	33
4.1.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	34
4.1.4.1 Uji Validitas	34
4.1.4.2 Uji Reliabilitas	35
4.1.5 Uji Asumsi Klasik.....	35
4.1.5.1 Uji Normalitas.....	35
4.1.5.2 Uji Multikolinearitas	36
4.1.5.3 Uji Hetersoskedastisitas	36
4.1.6 Uji Analisis Data.....	37
4.1.6.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	37
4.1.6.2 Uji F.....	38
4.1.6.3 Uji t.....	39
4.1.6.4 Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi.....	39
4.2 Pembahasan.....	40
4.6.1 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	40
4.6.2 Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian	42
4.3 Implikasi Manajerial	43
4.4 Keterbatasan Penelitian.....	45
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	46
5.1 Kesimpulan	46
5.2 Saran.....	46



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Produk yang dijual UD.ASS	2
Gambar 1.2 Data Penjualan UD.ASS 2016-2020	3
Gambar 2.1 Model Penelitian	20



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kritik dan Saran <i>Customer</i> UD.ASS.....	4
Tabel 1.2 Data Kompetitor UD.ASS.....	6
Tabel 3.1 Skala <i>Likert</i> pada Kuesioner Penelitian	23
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel.....	23
Tabel 4.1 Profil Responden.....	30
Tabel 4.2 Deskripsi Variabel Persepsi Harga	31
Tabel 4.3 Deskripsi Variabel Persepsi Lokasi	32
Tabel 4.4 Deskripsi Variabel Persepsi Keputusan Pembelian	33
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas.....	34
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas.....	35
Tabel 4.7 Hasil Uji <i>Kolmogrov-Smirnov</i>	36
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas.....	36
Tabel 4.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas	36
Tabel 4.10 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	37
Tabel 4.11 Hasil Uji F.....	38
Tabel 4.12 Hasil Uji t.....	39
Tabel 4.13 Hasil Uji R, <i>R Square</i> , <i>Adjusted R Square</i>	39
Tabel 4.14 Implikasi Manajerial	44

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A Kuesioner Penelitian.....	A-1
LAMPIRAN B Mapping Jurnal	B-1
LAMPIRAN C Tabulasi Data Responden	C-1
LAMPIRAN D Hasil Olah SPSS	D-1

