

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1. Penelitian Terdahulu	7
2.2. Landasan Teori	9
2.2.1. Keputusan Pembelian	9
2.2.2. Kualitas Produk	12
2.2.3. Harga	15
2.3. Kerangka Konseptual	17
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Populasi dan Sampel	18
3.2. Metode Pengumpulan Data	19
3.3. Validitas dan Reliabilitas	19

3.4.	Metode Analisis Data	20
3.4.1.	Analisis Regresi Linier Berganda	20
3.4.2.	Uji Hipotesis	21
3.4.2.1.	Uji F (Uji Simultan)	21
3.4.2.2.	Uji t (Uji Parsial)	21
3.4.3.	Koefisien Korelasi (R) Koefisien Determinasi (R^2) ...	21
3.4.4.	Korelasi Parsial	22
3.4.5.	Uji Asumsi Klasik	22
3.4.5.1.	Uji Multikolinearitas	22
3.4.5.2.	Uji Autokorelasi	23
3.4.5.3.	Uji Heteroskedastisitas	23
3.4.5.4.	Uji Normalitas.....	24

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1.	Hasil Analisis Data	25
4.1.1.	Deskriptif Karakteristik Responden	25
4.1.2.	Deskripsi Variabel Penelitian	27
4.1.3.	Uji Validitas dan Reliabilitas	30
4.1.4.	Analisis Regresi Linier Berganda	32
4.1.5.	Uji F (Uji Hipotesis Simultan)	33
4.1.6.	Uji t (Uji Parsial)	33
4.1.7.	Koefisien Korelasi (R) Koefisien Determinasi (R^2) ...	34
4.1.8.	Korelasi Parsial	35
4.1.9.	Uji Asumsi Klasik	35
4.2.	Pembahasan	37
4.2.1.	Deskripsi Karakteristik Responden	37
4.2.2.	Deskripsi Variabel Penelitian	38
4.2.3.	Hasil Uji Hipotesis	39

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan	45
5.2. Saran	45
5.2.1 Saran Kepada Perusahaan	46
5.2.2. Saran Kepada Penelitian Selanjutnya	46
5.2.3. Keterbatasan Penelitian	46
DAFTAR PUSTAKA	48



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Penjualan Nggolek Indie Periode Oktober 2012-Juli 2013	2
Gambar 2.1. Proses Pengambilan Keputusan Oleh Konsumen	9
Gambar 2.2. Kerangka Konseptual	17



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Keluhan Konsumen Terhadap Kualitas Produk Nggolek Indie	3
Tabel 3.1. Data Konsumen Nggolek Indie	18
Tabel 4.1. Jenis Kelamin Responden	25
Tabel 4.2. Usia Responden	25
Tabel 4.3. Frekuensi Pembelian Nggolek Indie	26
Tabel 4.4. Kategori Mean Jawaban Responden	27
Tabel 4.5. Frekuensi Jawaban Konsumen Variabel Keputusan Pembelian (Y)	27
Tabel 4.6. Frekuensi Jawaban Konsumen Variabel Kualitas Produk (X1)	28
Tabel 4.7. Frekuensi Jawaban Konsumen Variabel Harga (X2)	29
Tabel 4.8. Uji Validitas	30
Tabel 4.9. Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	31
Tabel 4.10. Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk (X1)	31
Tabel 4.11. Uji Reliabilitas Variabel Harga (X2)	31
Tabel 4.12. Persamaan Regresi	32
Tabel 4.13. Uji Simultan F	33
Tabel 4.14. Uji Parsial t	33
Tabel 4.15. Koefisien Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi (R ²)	34
Tabel 4.16. Korelasi Parsial	35
Tabel 4.17. Uji Normalitas	35
Tabel 4.18. Uji Autokolerasi	36
Tabel 4.19. Uji Multikolinearitas	36
Tabel 4.20. Uji Heteroskedastisitas	37
Tabel 4.21. Implikasi Manajerial Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	42
Tabel 4.22. Implikasi Manajerial Harga Terhadap Keputusan Pembelian	44

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A Ketidaksamaan Standar Kualitas Produk Dengan Hasil Produk Dan Kesimpulan Akhir	A-1
Lampiran B Perbandingan Produk dan Harga Nggolek Indie dengan Kompetitor	B-1
Lampiran C Perbandingan Struktur Harga Nggolek Indie dengan Kompetitor	C-1
Lampiran D Perbandingan Penelitian	D-1
Lampiran E Kuesioner	E-1
Lampiran F Data Jawaban Responden	F-1
Lampiran G Hasil Olah Data Responden	G-1
Lampiran H Hasil Olahan Data SPSS	H-1
Lampiran I Penjelasan Implikasi Managerial	I-1
Lampiran J Profile Wawancara	J-1

