

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|---|---------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI | ii |
| PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI | iii |
| PERSETUJUAN TIM PENGUJI | iv |
| KATA PENGANTAR | v |
| ABSTRAK | vii |
| DAFTAR ISI | ix |
| DAFTAR GAMBAR | xiii |
| DAFTAR TABEL | xiv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xv |
| BAB I PENDAHULUAN | x |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 7 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 7 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 8 |
| 1.5 Ruang Lingkup..... | 8 |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA | 9 |
| 2.1 Landasan Teori..... | 9 |
| 2.1.1 Keputusan Pembelian..... | 9 |
| 2.1.2 Harga..... | 10 |
| 2.1.3 Kualitas Produk..... | 11 |

| | |
|---|-----------|
| 2.1.4 Promosi..... | 12 |
| 2.2 Penelitian Terdahulu..... | 14 |
| 2.3 Keterhubungan Antar Variabel dan Hipotesis..... | 16 |
| 2.3.1 Harga terhadap Keputusan Pembelian..... | 16 |
| 2.3.2 Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian..... | 17 |
| 2.3.3 Promosi terhadap Keputusan Pembelian..... | 18 |
| 2.4 Model Analisis..... | 19 |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | 20 |
| 3.1 Jenis Penelitian..... | 20 |
| 3.2 Populasi dan Sampel Penelitian..... | 20 |
| 3.2.1 Populasi..... | 20 |
| 3.3 Jenis Data, Sumber Data dan Skala Pengukuran..... | 21 |
| 3.3.1 Jenis data dan Sumber Data..... | 21 |
| 3.3.2 Skala Pengukuran..... | 22 |
| 3.4 Variabel dan Definisi Operasional..... | 23 |
| 3.5 Prosedur Pengumpulan Data..... | 25 |
| 3.6 Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis..... | 28 |
| 3.6.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas..... | 28 |
| 3.6.2 Analisis Regresi Linear Berganda..... | 29 |
| 3.6.3 Uji Asumsi Klasik..... | 30 |
| 3.6.3.1 Uji Normalitas..... | 30 |
| 3.6.3.2 Uji Multikolinieritas..... | 30 |
| 3.6.3.3 Uji Heterokedastisitas..... | 32 |

| | |
|---|-----------|
| 3.6.4 Uji t..... | 32 |
| 3.6.5 Uji f..... | 33 |
| 3.6.6 Koefisien Determinasi..... | 33 |
| BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN..... | 34 |
| 4.1 Profil Perusahaan..... | 34 |
| 4.2 Deskripsi Objek Penelitian..... | 34 |
| 4.2.1 Deskripsi Data Responden..... | 34 |
| 4.2.2 Profil Responden..... | 35 |
| 4.2.3 Deskripsi Variabel Penelitian..... | 36 |
| 4.2.3.1 Deskripsi Variabel Harga..... | 36 |
| 4.2.3.2 Deskripsi Variabel Kualitas Produk..... | 37 |
| 4.2.3.3 Deskripsi Variabel Promosi..... | 38 |
| 4.2.3.4 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian..... | 39 |
| 4.3 Analisis Data..... | 40 |
| 4.3.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas..... | 40 |
| 4.3.1.1 Uji Validitas..... | 41 |
| 4.3.1.2 Uji Reliabilitas..... | 42 |
| 4.3.2 Analisis Regresi Linear Berganda..... | 43 |
| 4.3.3 Uji Asumsi Klasik..... | 44 |
| 4.3.3.1 Uji Normalitas..... | 44 |
| 4.3.3.2 Uji Multikolinieritas..... | 45 |
| 4.3.3.3 Uji Heterokedastisitas..... | 45 |

| | |
|--|-----------|
| 4.3.4 Uji Hipotesis..... | 46 |
| 4.3.4.1 Uji t..... | 47 |
| 4.3.4.2 Uji f..... | 47 |
| 4.3.4.3 Koefisien Determinasi..... | 48 |
| 4.4 Pembahasan..... | 48 |
| 4.4.1 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian..... | 48 |
| 4.4.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian..... | 48 |
| 4.4.3 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian.... | 50 |
| 4.5 Implikasi Manajerial / Implikasi Hasil Penelitian..... | 51 |
| 4.5.1 Implikasi Manajerial Variabel Harga..... | 52 |
| 4.5.2 Implikasi Manajerial Variabel Kualitas Produk..... | 52 |
| 4.5.3 Implikasi Manajerial Variabel Promosi..... | 53 |
| 4.6 Keterbatasan Penelitian..... | 53 |
| BAB V SIMPULAN DAN SARAN..... | 55 |
| 5.1 Simpulan..... | 55 |
| 5.2 Saran..... | 55 |
| REFERENSI..... | 57 |
| LAMPIRAN..... | 60 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1.1 Jumlah Omzet Penjualan Tendo..... | 2 |
| Gambar 2.1 Model Analisis..... | 19 |
| Gambar 4.1 Jumlah Responden berdasarkan Jenis Kelamin..... | 35 |
| Gambar 4.2 Jumlah Responden berdasarkan Umur..... | 35 |



DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 1.1 Hasil Wawancara pada Konsumen Tendo..... | 3 |
| Tabel 1.2 Analisis Promosi yang telah Dilakukan Tendo & Kompetitor..... | 4 |
| Tabel 3.1 Definisi Operasional..... | 23 |
| Tabel 4.1 Deskripsi Variabel Harga | 36 |
| Tabel 4.2 Deskripsi Variabel Kualitas Produk | 37 |
| Tabel 4.3 Deskripsi Variabel Promosi..... | 38 |
| Tabel 4.4 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian..... | 39 |
| Tabel 4.5 Uji Validitas..... | 41 |
| Tabel 4.6 Uji Reliabilitas..... | 42 |
| Tabel 4.7 Analisis Regresi Linear Berganda..... | 43 |
| Tabel 4.8 Uji Normalitas..... | 44 |
| Tabel 4.9 Uji Multikolinieritas..... | 45 |
| Tabel 4.10 Uji Autokorelasi..... | 45 |
| Tabel 4.11 Perhitungan Autokorelasi..... | 46 |
| Tabel 4.12 Uji Heterokedastisitas..... | 46 |
| Tabel 4.13 Uji t..... | 46 |
| Tabel 4.14 Uji f..... | 47 |
| Tabel 4.15 Koefisien Determinasi..... | 48 |
| Tabel 4.16 Implikasi Manajerial Variabel Harga..... | 52 |
| Tabel 4.17 Implikasi Manajerial Variabel Kualitas Produk..... | 52 |
| Tabel 4.18 Implikasi Manajerial Variabel Promosi..... | 53 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|----|
| Lampiran A. Pernyataan Kuesioner..... | 60 |
| Lampiran B. Hasil Uji Validitas..... | 62 |
| Lampiran C. Hasil Uji Reliabilitas..... | 65 |
| Lampiran D. Hasil Uji Regresi Linear Berganda..... | 68 |
| Lampiran E. Hasil Uji Asumsi Klasik..... | 69 |
| Lampiran F. Hasil Uji Hipotesis..... | 71 |
| Lampiran G. Hasil Perbandingan Jurnal Terdahulu..... | 73 |

