

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 LATAR BELAKANG.....	1
1.2 IDENTIFIKASI MASALAH.....	4
1.3 RUMUSAN MASALAH	5
1.4 TUJUAN PENELITIAN	6
1.5 MANFAAT PENELITIAN.....	6
1.6 PEMBATASAN MASALAH DAN ASUMSI	6
1.7 LOKASI DAN WAKTU PENELITIAN	7
1.8 SISTEMATIKA PENULISAN	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 KAJIAN PUSTAKA	10
2.1.1 Penelitian Terdahulu	10
2.1.2 Kualitas Produk	19
2.1.3 Harga.....	21

2.1.4	Bauran Promosi.....	23
2.1.5	Keputusan Pembelian.....	24
2.2	KERANGKA PEMIKIRAN	26
2.2.1	Keterkaitan antara kualitas produk, harga dan bauran promosi dengan keputusan pembelian	29
2.2.2	Harapan Penelitian.....	30
2.3	HIPOTESIS PENELITIAN.....	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		33
3.1	METODE YANG DIGUNAKAN	33
3.2	OPERASIONALISASI VARIABEL	34
3.3	SUMBER DAN CARA PENENTUAN DATA/INFORMASI	38
3.3.1	Sumber Data.....	38
3.3.2	Cara Penentuan Data/Informasi	38
3.3.3	Teknik Pengumpulan Data	39
3.4	TEKNIK PENGUJIAN DATA.....	40
3.4.1	Uji Validitas.....	41
3.4.2	Uji Reliabilitas	42
3.5	RANCANGAN ANALISIS DATA DAN UJI HIPOTESIS	45
3.5.1	Rancangan Analisis Data.....	45
3.5.2	Uji Hipotesis	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		51
4.1	HASIL PENELITIAN.....	51
4.1.1	Karakteristik Responden.....	52
4.1.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52

4.1.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	52
4.1.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Bulanan	53
4.1.2	Hasil Analisis Deskriptif	54
4.1.3	Hasil Analisis Verifikatif.....	59
4.1.4	Analisis Pengaruh Variabel	66
4.2	PEMBAHASAN	71
4.2.1	Pengaruh Bauran promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	71
4.2.2	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	71
4.2.3	Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	72
4.2.4	Strategi yang diterapkan Nonora Indonesia terhadap Keputusan Pembelian	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		75
5.1	KESIMPULAN	75
5.2	SARAN	76
DAFTAR PUSTAKA		77