

## Daftar Isi

<b>Lembar Pengesahan.....</b>	<b>i</b>
<b>Lembar Pernyataan .....</b>	<b>iii</b>
<b>Abstrak.....</b>	<b>iv</b>
<b>Kata Pengantar.....</b>	<b>v</b>
<b>Daftar Isi .....</b>	<b>vii</b>
<b>Daftar Gambar .....</b>	<b>xi</b>
<b>Daftar Tabel.....</b>	<b>xii</b>
<b>Daftar Lampiran .....</b>	<b>xiv</b>
<b>Bab 1 Pendahuluan .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	3
1.3. Tujuan Penelitian .....	3
1.4. Batasan Penelitian.....	3
1.5. Sistematika Penulisan .....	4
<b>Bab 2 Landasan Teori.....</b>	<b>6</b>
2.1. Manajemen.....	6
2.2. Pemasaran .....	7
2.3. Manajemen Pemasaran .....	8
2.4. Keputusan Pembelian .....	10
2.5. Proses Keputusan Pembelian.....	11
2.6. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	13
2.6.1. Nilai Emosional .....	13
2.6.2. Nilai Sosial .....	14
2.6.3. Nilai Kualitas.....	14
2.6.4. Nilai Fungsional .....	15
2.7. Hubungan Masing-Masing Variabel Penentu Keputusan Pembelian.....	16
2.7.1. Hubungan Antar Variabel Nilai Emosional Pada Keputusan Pembelian .....	16

2.7.2. Hubungan Antar Variabel Nilai Sosial Pada Keputusan Pembelian....	16
2.7.3. Hubungan Antar Variabel Nilai Kualitas Pada Keputusan Pembelian	17
2.7.4. Hubungan Antar Variabel Nilai Fungsional Pada Keputusan Pembelian .....	17
2.8. Kuesioner .....	17
2.9. Teknik Sampling.....	18
2.10. Menentukan Jumlah Sampling.....	20
2.11. Uji Validitas .....	21
2.12. Uji Reliabilitas .....	21
2.13. Metode Suksesif Interval (MSI) .....	22
2.14. Regresi Linier .....	23
2.14.1. Regresi Linier Sederhana .....	24
2.14.2. Regresi Linier Berganda.....	25
2.14.3. Uji Asumsi Klasik .....	25
2.14.3.1. Uji Normalitas.....	25
2.14.3.2. Uji Multikolinieritas.....	26
2.14.4. Koefisien Determinasi .....	26
2.14.5. Uji t.....	27
2.15. Uji Hipotesis .....	27
<b>Bab 3 Metodologi Penelitian .....</b>	<b>30</b>
3.1. <i>Flowchart</i> Penelitian.....	30
3.2. Langkah-Langkah Pemecahan Masalah .....	31
<b>Bab 4 Pengumpulan dan Pengolahan Data .....</b>	<b>36</b>
4.1. Pengumpulan Data.....	36
4.1.1. Data Umum Perusahaan .....	36
4.1.1.1. Nama dan Sejarah Perusahaan .....	36
4.1.1.2. Struktur Organisasi Perusahaan .....	37
4.1.2. Pembuatan Kuesioner.....	38
4.1.3. Penyebaran Kuesioner .....	38
4.1.4. Rekapitulasi Data Kuesioner .....	39

4.2. Pengolahan Data .....	39
4.2.1. Uji Validitas & Uji Reliabilitas .....	40
4.2.1.1. Uji Validitas .....	40
4.2.1.2. Uji Reliabilitas .....	46
4.2.2. Konversi Data Ordinal Menjadi Data Interval .....	48
4.2.3. Menghitung Nilai Rata-Rata Variabel Nilai Emosional, Nilai Sosial, Nilai Kualitas, Nilai Fungsional Serta Keputusan Pembelian.....	49
4.2.4. Uji Asumsi Klasik .....	51
4.2.4.1. Uji Normalitas.....	51
4.2.4.2. Uji Multikolinieritas.....	54
4.2.4. Regresi Linier Berganda.....	56
4.2.4.1. Persamaan Regresi Linier Berganda .....	56
4.2.4.2. Koefisien Determinasi.....	57
4.2.4.3. Uji t.....	58
4.2.5. Frekuensi Jawaban Variabel Nilai Fungsional yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	61
<b>Bab 5 Analisis .....</b>	<b>64</b>
5.1. Mengidentifikasi Pengaruh Variabel Nilai Emosional, Nilai Sosial, Nilai Kualitas, Nilai Fungsional Terhadap Keputusan Pembelian .....	64
5.1.1. Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	64
5.1.2. Pengujian Normalitas dan Multikolinearitas.....	65
5.1.3. Persamaan Regresi.....	65
5.1.4. Pengujian Koefisien Determinasi .....	66
5.2. Mengidentifikasi Pengaruh Parsial Variabel Nilai Emosional, Nilai Sosial, Nilai Kualitas, Nilai Fungsional Terhadap Keputusan Pembelian .....	67
5.2.1. Variabel Nilai Emosional (X1) Pada Keputusan Pembelian (Y) .....	67
5.2.2. Variabel Nilai Sosial (X2) Pada Keputusan Pembelian (Y).....	68
5.2.3. Variabel Nilai Kualitas (X3) Pada Keputusan Pembelian (Y) .....	68
5.2.4. Variabel Nilai Fungsional (X4) Pada Keputusan Pembelian (Y).....	69
5.3. Usulan Prioritas Pengaruh Penentu Keputusan Pembelian .....	70

<b>Bab 6 Kesimpulan dan Saran .....</b>	<b>72</b>
6.1. Kesimpulan .....	72
6.2. Saran .....	74
<b>Daftar Pustaka</b>	