DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN i

SURAT PERNYATAAN ii

MOTTO iii

ABSTRAK iv

ABSTRACT ..... *v*

KATA PENGANTAR vi

DAFTAR ISI ix

DAFTAR TABEL xiii

DAFTAR GAMBAR xvi

DAFTAR LAMPIRAN xvii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah 10

1.2.1 Identifikasi Masalah 10

1.2.2 Rumusan Masalah 10

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian 11

1.3.1 Maksud Penelitian 11

1.3.2 Tujuan Penelitian 11

1.4 Kegunaan Penelitian 12

1.4.1 Kegunaan Praktis 12

1.4.2 Kegunaan Akademis 13

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian 13

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka 15

2.1.1 Kualitas Produk 15

2.1.1.1 Pengertianm Kualitas Produk 17

2.1.2 Media Iklan 18

2.1.2.1. Media 18

2.1.1.2. Iklan 19

2.1.3 Keputusan Pembelian 22

2.1.3.1 Perilaku Konsumen..... 23

2.2 Keterkaitan antar variable Penelitian.....25

2.2.1 Hubungan Kualitas Produk dengan Media Iklan 25

2.2.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan pembelian.....26

2.2.3 Pengaruh Media Iklan terhadap Keputusan Pembelian.....27

2.2.4 Pengaruh Kualitas Produk dan Media Iklan terhadap Keputusan Pembelian 29

2.3 Kerangka pemikiran 31

2.4 Hipotesis 36

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian 37

3.2 Metode Penelitian 38

3.2.1 Desain Penelitian 39

3.2.2 Operasionalisasi Variabel 41
3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data 44
3.2.3.1 Sumber Data 44
3.2.3.2 Teknik Penentuan Data 45
3.2.4 Teknik Pengumpulan Data 47
3.2.4.1 Uji Validitas 49
3.2.4.2 Uji Reliabilitas 51
3.2.4.3 Uji MSI 53
3.2.5. Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis 54
3.2.5.1 Rancangan Analisis 54
3.2.5.2 Pengujian Hipotesis 60
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
4.1 Profil Perusahaan 64
4.1.1 Sejarah Singkat CV. Tunggal Jaya Motorindo 64
4.1.2 Struktur Organisasi 65
4.1.2.1 Deskripsi Jabatan 66
4.1.2.2 Aspek-aspek Kegiatan Perusahaan 69
4.2 Hasil Penelitian 69
4.2.1 Pengenalan Kualitas Produk 69
4.2.1 Pengenalan Media Iklan 71
4.2.3 Deskripsi Responden 72
4.2.3.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 73
4.2.3.2 Identitas Responden berdasarkan Usia 73

4.2.3.3 Identitas Responden berdasarkan Pendidikan.....75

4.2.3.4 Identitas Responden berdasarkan Pekerjaan.....76

4.2.4 Tanggapan Responden mengenai Kualitas Produk dan Media Iklan terhadap keputusan pembelian 77

4.2.5 Analisa Uji Instrumen 99

4.2.6 Analisis Korelasi 102

4.2.6.1 Analisis Korelasi berganda 102

4.2.7 Analisis Regresi Berganda 104

4.2.8 Rancangan Uji Hipotesis 106

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan 112

5.2 Saran 113

DAFTAR PUSTAKA 115

LAMPIRAN