

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN NOTA PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
E. Sistematika Penulisan	10
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Deskripsi Teori	12
1. Pemasaran	12
2. Keputusan Pembelian	17
3. Kualitas Produk	24
4. Persepsi Harga	25
5. Promosi	33
B. Penelitian Terdahulu	35
C. Kerangka Berfikir	38
D. Hipotesis Penelitian	39
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	43
B. Populasi dan Sampel	44
C. Identifikasi Variabel	46
D. Definisi Operasional	47
E. Teknik Pengumpulan Data	49
F. Teknik Analisis Data	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian	57
B. Gambaran Umum Responden	57
C. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	61
D. Uji Asumsi Klasik	64
E. Analisis Data	68

F. Pembahasan	72
BAB V PENUTUP	
A. Simpulan	79
B. Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT PENDIDIKAN PENULIS	

