

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN NOTA PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
MOTTO	v
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. Penegasan Istilah	4
C. Perumusan Masalah	5
D. Tujuan Penelitian	5
E. Manfaat Penelitian	6
F. Sistematika Penelitian.....	6
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Saluran Distribusi	8
1. Pengertian	8
2. Fungsi Saluran Distribusi	9
3. Penentuan Saluran Distribusi	11
4. Bentuk-Bentuk Saluran Distribusi	13
5. Indikator Saluran Distribusi	14
B. Promosi	14
1. Pengertian Biaya Promosi	14
2. Tujuan promosi	16
3. Jenis promosi.....	16
4. Peran Promosi	19
5. Indikator Promosi.....	20
C. Keputusan Pembelian	20
1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	20

2. Tahap-tahap Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	22
3. Indikator Keputusan Pembelian	25
D. Penelitian Terdahulu	25
E. Kerangka Berfikir	29
F. Hipotesis	31

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	34
B. Populasi dan Sampel.....	34
C. Tata Variabel Penelitian.....	35
D. Definisi Operasional	36
E. Teknik Pengumpulan Data.....	37
F. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	39
G. Uji Asumsi Klasik.....	40
H. Uji Statistik	42

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan	44
1. Gambaran Umum Perusahaan Mondri Mebel Jepara	44
2. Struktur Organisasi	44
3. Personalia Perusahaan	48
4. Proses Produksi	48
5. Pemasaran dan Distribusi	49
6. Sistem Persediaan	50
B. Gambaran Umum Responden	50
1. Karakteristik Responden	50
2. Deskripsi Data	51
3. Pengujian Data	55
C. Pembahasan	65
1. Pengaruh Saluran Distribusi terhadap Keputusan Pembelian	65
2. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian	67
3. Pengaruh Saluran Distribusi dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian	68

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	71
B. Implikasi Penelitian	71
C. Keterbatasan Penelitian	72
D. Saran	73
E. Penutup	73

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT PENDIDIKAN

LAMPIRAN-LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Penjualan Mebel Mondri Mebel Jepara Tahun 2014- 2017	3
Tabel .3.1	Definisi Operasional Variabel	36
Tabel 4.1	Profil Responden	50
Tabel 4.2.	Saluran Distribusi	51
Tabel 4.3.	Promosi	53
Tabel 4.4.	Keputusan Pembelian	54
Tabel 4.5	Uji Validitas Saluran Distribusi	55
Tabel 4.6	Uji Validitas Promosi	56
Tabel 4.7	Uji Validitas Keputusan Pembelian	56
Tabel 4.8	Uji Reliabilitas	57
Tabel 4.9	Uji Multikolinieritas	60
Tabel 4.10	Uji Autokorelasi	61
Tabel 4.11	Regresi Linier Berganda	61
Tabel 4.12	Uji t	63
Tabel 4.13	Uji F	64
Tabel 4.13	Koefisien Determinasi	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.2	Tahap Proses Pengambilan Keputusan Konsumen (James F. Angel, 1994)	23
Gambar 4.1	Bagan Struktur Organisasi Perusahaan Mondi Mebel Jepara	45
Gambar 4.2	Bagan Proses Produksi Perusahaan Mondi Mebel Jepara	48
Gambar 4.3.	Uji Normalitas <i>Scater Plot</i>	58
Gambar 4.4.	Uji Heterokedastisitas	59

