

**DAFTAR ISI**

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI .....	ii
PENGESAHAN MUNAQOSYAH SKRIPSI .....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	iv
ABSTRAK .....	v
MOTTO .....	vi
PERSEMBAHAN .....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN .....	viii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Manfaat Penelitian .....	5
E. Sistematika Penulisan .....	6
<b>BAB II.....</b>	<b>8</b>
A. Deskripsi Teori .....	8
3. Promosi .....	12
4. Harga .....	19
5. Lokasi .....	25
6. Keputusan Pembelian Konsumen .....	30
B. Hasil Penelitian Terdahulu .....	40
C. Kerangka Berpikir .....	47
D. Hipotesis .....	50
<b>BAB III .....</b>	<b>52</b>
A. Jenis dan Pendekatan .....	52
B. Sumber Data .....	53
C. Setting Penelitian .....	53
D. Populasi dan Sampel .....	53
E. Desain dan Definisi Variabel .....	55
F. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen .....	56
G. Teknik Pengumpulan Data .....	57
H. Uji Asumsi Klasik.....	58
I. Teknik Analisis Data.....	59

BAB IV .....	62
A. Gambaran Obyek Penelitian.....	62
1. Sejarah Counter Merdheka Phone Kec. Kayen Kab. Pati .....	62
2. Visi dan Misi .....	63
3. Struktur Organisasi .....	63
4. Produk Counter Merdheka Phone .....	65
B. Gambaran Umum Responden .....	65
C. Deskripsi Variabel Penelitian.....	67
D. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrumen .....	71
1. Uji Validitas Instrumen .....	71
2. Uji Reliabilitas .....	72
E. Uji Asumsi Klasik.....	72
1. Uji Multikolinearitas .....	72
2. Uji Autokorelasi.....	73
3. Uji Heteroskedastisitas.....	73
4. Uji Normalitas .....	74
F. Hasil Analisis Data .....	76
1. Analisis Regresi Berganda .....	76
2. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	77
3. Uji t (parsial) .....	78
4. Uji F (simultan) .....	79
G. Pembahasan Hasil Penelitian .....	79
1. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Di Counter Merdheka Phone Kec. Kayen Kab. Pati .....	80
2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Di Counter Merdheka Phone Kec. Kayen Kab. Pati .....	80
3. Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Di Counter Merdheka Phone Kec. Kayen Kab. Pati .....	81
4. Pengaruh Promosi, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Di Counter Merdheka Phone Kec. Kayen Kab. Pati .....	81
BAB V PENUTUP.....	83
A. Kesimpulan .....	83
B. Keterbatasan Penelitian .....	83
C. Saran .....	83

DAFTAR PUSTAKA  
LAMPIRAN-LAMPIRAN  
DAFTAR RIWAYAT HIDUP



**DAFTAR TABEL**

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....40

Tabel 3. 1 Definisi operasional variabel .....55

Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden.....65

Tabel 4. 2 Usia Responden.....66

Tabel 4.3 Profesi Responden.....66

Tabel 4.4 Hasil Jawaban Responden .....67

Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Instrumen .....71

Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen .....72

Tabel 4. 6 Hasil Uji Multikolinearitas .....72

Tabel 4. 8 Hasil Uji Autokorelasi .....73

Tabel 4. 9 Uji Normalitas .....75

Tabel 4. 10 Hasil Analisis Regresi Berganda .....76

Tabel 4. 11 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....77

Tabel 4. 12 Hasil Uji t (Parsial).....78

Tabel 4. 13 Hasil Uji F.....79



**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir .....50  
Gambar 4. 1 Logo Counter Merdheka Phone ..... 62  
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi Counter Merdheka Phone ..... 64  
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas ..... 74  
Gambar 4. 4 Hasil Uji Normalitas Grafik Histrogram ..... 74  
Gambar 4. 5 Hasil Uji Normalitas Grafik Normal P-Plot ..... 75

