DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL i
HALAMAN PENGESEHAN KELULUSAN UJIAN ii
HALAMAN PERSETUJUAN iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI iv
MOTO DAN PERSEMBAHAN v
ABSTRACT vi
ABSTRAK vii
KATA PENGANTAR viii
DAFTAR ISI xi
DAFTAR TABEL xiv
DAFTAR GAMBAR xv
DAFTAR LAMPIRAN xvi
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 12
1.3 Tujuan Penelitian 13
1.4 Kegunaan Penelitian 14
1.5 Sistematika Penulisan 14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA 16
2.1 Landasan Teori 16
2.1.1 Pengertian Pemasaran 16
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran 17
2.1.3 Keputusan Pembelian 18
2.1.4 Kualitas Produk 21
2.1.5 Harga 24
2.1.6 Promosi 27
2.1.7 Layanan Purna Jual 30
2.2 Penelitian Terdahulu 31
2.3 Hubungan Antara Variabel 34
2.3.1 Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian 34
2.3.2 Harga dan Keputusan Pembelian 35
2.3.3 Promosi dan Keputusan Pembelian 38
2.3.4 Layanan Purna Jual 39
2.4 Kerangka Berpikir 40
2.5 Hipotesis 41
BAB III METODOLOGI PENELITIAN 43
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel 43
3.1.1 Variabel Penelitian 43

3.1.2 Definisi Operasional Variabel 44
3.1.3 Skala Pengukuran 47
3.2 Populasi dan Sampel 47
3.2.1 Ukuran Populasi 47
3.2.2 Sampel 48
3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel 49
3.3 Jenis dan Sumber Data 49
3.3.1 Data Primer 49
3.3.2 Data Skunder 50

3.4 Metode Pengumpulan Data 50
3.4.1 Kuesioner 50
3.4.2 Wawancara 51
3.4.3 Studi Pustaka 51
3.5 Metode Analisis Data 52
3.5.1 Analisis Data Kualitatif 52
3.5.2 Analisis Data Kuantitatif 52
3.5.2.1 Uji Validitas 53
3.5.2.2 Uji Reliabilitas 53
3.5.2.3 Analisis Regresi 54
3.5.2.4 Uji Asumsi Klasik 56
3.5.2.5 Uji Multikolinearitas 56
3.5.2.6 Uji Heteroskedastisitas 56
3.5.2.7 Uji Normalitas 57
3.5.3 Uji Hipotesis 58
3.5.3.1 Uji t 58
3.5.3.2 Koefisien Determinasi 60
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 61
4.1 Gambaran Umum 61
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan 61
4.1.2 Gambaran Umum Responden 64
4.1.2.1 Gambaran Umum Responden Menurut Jenis Kelamin 64
4.1.2.2 Gambaran Umum Responden Menurut Umur 65
4.1.2.3 Gambaran Umum Responden Menurut Tipe Motor 67
4.1.2.4 Gambaran Umum Responden Menurut Tahun Pembelian 68
4.2 Deskripsi Variabel 69
4.2.1 Deskripsi Variabel Kualitas Produk 69
4.2.2 Deskripsi Variabel Harga 71
4.2.3 Deskripsi Variabel Promosi 74
4.2.4 Deskripsi Layanan Purna Jual 77

4.2.5 Deskripsi Keputusan Pembelian 80
4.3 Analisis Data 83
4.3.1 Uji Validitas dan Reliabiltas 83
4.3.1.1 Uji Validitas 83
4.3.1.2 Uji Reliabilitas 85
4.3.2. Uji Asumsi Klasik 86
4.3.2.1 Uji Multikolonieritas 86
4.3.2.2 Uji Heteroskedastisitas 87
4.3.2.3 Uji Normalitas 88
4.3.3 Uji Hipotesis 90
4.3.3.1 Uji t 90
4.3.3.1.1 Variabel Kualitas Produk 91
4.3.3.1.2 Variabel Harga 92
4.3.3.1.3 Variabel Promosi 93
4.3.3.1.4 Variabel Layanan Purna Jual 93
4.3.4 Analisis Regresi Linier Berganda 94
4.3.5 Koefisien Determinasi 95
4.4 Pembahasan 96
4.4.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian 97
4.4.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian 98
4.4.3 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian 99
4.4.4 Pengaruh Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian 99
BAB V PENUTUP 101
5.1 Simpulan 101
5.2 Keterbatasan 102
5.3 Saran 103
DAFTAR PUSTAKA 105
LAMPIRAN 109

FEB UNDIP