



**PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(STUDI PADA KONSUMEN HANGIRI BANYUMANIK SEMARANG)**

SKRIPSI

**Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan Pendidikan Strata 1
Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro**

Penyusun

DEWI ISMIATUN

14020217120037

**DEPARTEMEN ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2022

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN
KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI)

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dewi Ismiatun

NIM : 14020217120037

Departemen : Administrasi Bisnis

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul :

”Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian
(Studi pada Hangiri Banyumanik Semarang)”

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi atau karya ilmiah orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Semarang, 28 September 2022

Pembuat Pernyataan

Dewi Ismiatun

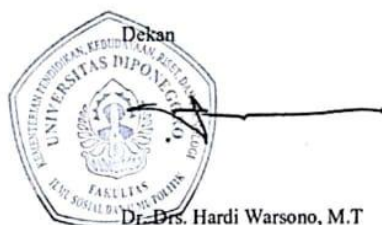
HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Hangiri Banyumanik Semarang)
Nama Penyusun : Dewi Ismiatun
NIM : 14020217120037
Program Studi : Administrasi Bisnis

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata I pada Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro

Semarang, 28 September 2022

Wakil Dekan Akademik dan Kemahasiswaan





Dr. Drs. Hardi Warsono, M.T
NIP 196408271990011001

A handwritten signature in black ink, which appears to be 'Teguh Yuwono'.

Dr. Teguh Yuwono, M.Pol.Admin
NIP 196908221994031003

Dosen Pembimbing :

Agung Budiarmo, S.Sos., MM (.....) 

Dra. Apriatni Endang Prihatini, M. Si, (.....) 

Dosen Penguji :

Drs. Wahyu Hidayat, M.Si, (.....) 

MOTTO

“Hidup itu tentang dijalani, dinikmati dan disyukuri”

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah Swt. skripsi ini saya persembahkan untuk

1. Kedua orang tua saya, Bapak Marsahid dan Ibu Musiyem yang sudah memberikan do'a dan semangat demi terselesaikannya skripsi ini.
2. Kakak dan adik saya Septiana dan Lisa yang selalu memberikan semangat
3. Dosen pembimbing Agung Budiarmo, S.Sos., MM dan Dra. Apriatni Endang Prihatini, M.Si yang selalu sabar membimbing dalam proses penyusunan skripsi saya.
4. Dosen wali saya Bapak Drs Wahyu Hidayat M.Si yang selalu memberikan bimbingan dan semangat dalam proses penyusunan skripsi saya.
5. Support system saya, teman dalam segala hal Azizah Muh Sodik yang selalu siap sedia mendengarkan segala keluhan kesah pengerjaan skripsi saya dan selalu menanyakan kapan lulusnya.
6. Seluruh dosen Administrasi Bisnis Fisip Undip.
7. Seluruh teman-teman administrasi bisnis angkatan 2017 yang sudah kebersamai dan menjadi keluarga.
8. Semua teman-teman terdekat yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih atas bantuan dan dukungannya selama ini.

PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Studi pada Hangiri Banyumanik Semarang)

ABSTRAKSI

Kota Semarang menjadi salah satu kota dengan setra bisnis yang berkembang di Indonesia, salah satunya dalam bisnis kuliner yang mengakibatkan ketatnya persaingan, sehingga pelaku bisnis harus peka terhadap kebutuhan konsumen. Dalam upaya meningkatkan penjualan dibutuhkan peningkatan keputusan pembelian. Beberapa unsur yang dapat meningkatkan penjualan yaitu harga, promosi, dan kualitas produk. Menurut data penjualan Hangiri Banyumanik Semarang, menunjukkan tidak tercapainya target penjualan di tiap tahunnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Hangiri Banyumanik Semarang.

Tipe penelitian ini adalah *explanatory research*, teknik sampel yang digunakan *non-probability sampling* dengan teknik *purposive* dan *accidental sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan wawancara kepada 96 responden yang pernah melakukan pembelian dan mengkonsumsi produk pada Hangiri Banyumanik Semarang. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian produk Hangiri, sedangkan variabel bebasnya adalah harga, promosi dan kualitas produk. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi dengan menggunakan aplikasi SPSS.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian apabila harga yang ditawarkan kepada konsumen semakin terjangkau maka keputusan pembelian semakin tinggi, selanjutnya promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian ketika semakin banyak promosi yang ditawarkan Hangiri kepada konsumen maka daya tarik yang diciptakan untuk melakukan keputusan pembelian semakin tinggi, selanjutnya kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian apabila kualitas produk yang diberikan kepada konsumen semakin baik maka keputusan pembelian juga akan semakin baik.

Saran yang diberikan kepada Hangiri Banyumanik Semarang pada aspek harga, diperlukan riset harga agar harga dapat bersaing dengan kompetitornya. Pada aspek promosi diperlukan pemilihan media promosi yang beragam dan mengikuti *trend*, juga pada promosi penjualan diperlukan pemberian potongan harga atau pemberian *voucher* yang lebih sering. Pada aspek kualitas produk diperlukan inovasi produk.

Kata kunci : Harga, Promosi, Kualitas produk, Keputusan pembelian

THE EFFECTS OF PRICE, PROMOTION AND PRODUCT QUALITY ON PURCHASE DECISIONS

(Study on Hangiri Banyumanik Semarang)

ABSTRACTION

The city of Semarang is one of the cities with a growing business line in Indonesia, one of which is in the culinary business which results in intense competition, so business people must be sensitive to consumer needs. In an effort to increase sales, it is necessary to increase purchasing decisions. Some elements that can increase sales are price, promotion, and product quality. According to sales data of Hangiri Banyumanik Semarang, it shows that the sales target is not achieved every year. This study aims to determine the effect of price, promotion and product quality on purchasing decisions at Hangiri Banyumanik Semarang.

This type of research is explanatory research, the sample technique used is non-probability sampling with purposive and accidental sampling techniques. Collecting data using questionnaires and interviews with 96 respondents who have purchased and consumed products at Hangiri Banyumanik Semarang. The dependent variable in this study is the decision to purchase Hangiri products, while the independent variables are price, promotion and product quality. The analytical method used is regression analysis using the SPSS application.

The results of this study indicate that the price affects purchasing decisions if the price offered to consumers is more affordable then the purchase decision is higher, then promotions affect purchasing decisions when the more promotions Hangiri offers to consumers, the attraction created to make purchasing decisions is higher. Furthermore, product quality affects purchasing decisions if the quality of the products provided to consumers is getting better, the purchasing decisions will also be better.

The advice given to Hangiri Banyumanik Semarang on the price aspect, price research is needed so that prices can compete with competitors. In the promotion aspect, it is necessary to choose various promotional media and follow the trend, also in sales promotion, it is necessary to give discounts or give vouchers more often. In the aspect of product quality, product innovation is needed.

Keywords: Price, Promotion, Product quality, Purchase decision

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kehadiran Allah Swt. atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik sebagai salah satu syarat untuk memenuhi pendidikan strata 1 Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro. Saya sadar bahwa penulisan skripsi dengan judul : “Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Hangiri Banyumanik Semarang) ini tidak lepas dari adanya kerjasama dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan segenap kerendahan hati, pada kesempatan ini saya mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung saya dalam proses penyelesaian penelitian ini, khususnya kepada

1. Dr. Drs. Hardi Warsono, M.T selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi
2. Dr. Widiartanto, S.Sos, M.AB selaku ketua departemen Administrasi Bisnis yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi
3. Agung Budiatmo, S.Sos., MM dan Dra. Apriatni Endang Prihatini, M. Si, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Drs. Wahyu Hidayat, M. Si, selaku dosen wali dan dosen penguji yang telah memberikan arahan skripsi ini.

5. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, khususnya dosen Administrasi Bisnis yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama proses perkuliahan.
6. Seluruh responden atas kesediaanya mengisi kuesioner yang telah saya berikan
7. Serta berbagai pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu penyusunan skripsi ini yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Apabila dalam penulisan karya ilmiah ini terdapat kekurangan, penulis mengharapkan kritik dan saran. Semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi kemajuan bersama.

Semarang, 28 September 2022

Penulis

Dewi Ismiatun

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
MOTTO.....	iii
PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRAKSI.....	v
ABSTRACTION.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I	
PENDAHULUAN.....	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.2 Perumusan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.3 Tujuan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.4 Kegunaan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.5 Kerangka Teori.....	Error! Bookmark not defined.
1.5.1 Perilaku Konsumen.....	Error! Bookmark not defined.
1.5.2 Keputusan Pembelian ..	Error! Bookmark not defined.
1.5.4 Harga	Error! Bookmark not defined.
1.5.5 Promosi.....	Error! Bookmark not defined.
1.5.6 Kualitas Produk	Error! Bookmark not defined.
1.5.7 Pengaruh Antar Variabel	Error! Bookmark not defined.
	defined.
1.6 Penelitian Terdahulu.....	Error! Bookmark not defined.
1.7 Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.
1.8 Definisi Konsep.....	Error! Bookmark not defined.
1.9 Definisi Operasional.....	Error! Bookmark not defined.
1.10 Metode Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.10.1 Tipe Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.10.2 Populasi dan Sampel....	Error! Bookmark not defined.
1.10.3 Teknik Pengambilan Sampel	Error! Bookmark not defined.
	defined.
1.10.4 Jenis dan Sumber Data	Error! Bookmark not defined.
1.10.5 Skala pengukuran	Error! Bookmark not defined.
1.10.6 Teknik Pengolahan Data	Error! Bookmark not defined.
	defined.
1.10.7 Teknik Analisis.....	Error! Bookmark not defined.
BAB II	
GAMBARAN UMUM HANGIRI JAPANESE FUSION	Error! Bookmark not defined.
2.1 Sejarah Berdirinya Hangiri Japanese Fusion	Error! Bookmark not defined.
	not defined.

2.2	Visi dan Misi Hangiri Japanese Fusion	Error! Bookmark not defined.
2.3	Logo Perusahaan	Error! Bookmark not defined.
2.4	Struktur Organisasi	Error! Bookmark not defined.
2.5	Fasilitas yang Diberikan Kepada Konsumen	Error! Bookmark not defined.
2.6	Bidang Usaha Hangiri Japanese Fusion	Error! Bookmark not defined.
2.7	Daftar Menu Hangiri Japanese Fusion Semarang	Error! Bookmark not defined.
2.8	Ketenagakerjaan	Error! Bookmark not defined.
2.9	Identitas Responden	Error! Bookmark not defined.
2.9.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	Error! Bookmark not defined.
2.9.2	Responden Berdasarkan Usia	Error! Bookmark not defined.
2.9.3	Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhirnya.....	Error! Bookmark not defined.
2.9.4	Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	Error! Bookmark not defined.
2.9.5	Identitas Responden Berdasarkan Penghasilan ...	Error! Bookmark not defined.
BAB III	PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN	Error! Bookmark not defined.
3.1	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
3.1.1	Uji Validitas.....	Error! Bookmark not defined.
3.1.2	Uji Reliabilitas.....	Error! Bookmark not defined.
3.2	Analisis dan Hasil Penelitian...	Error! Bookmark not defined.
3.2.1	Persepsi Responden terhadap Harga	Error! Bookmark not defined.
3.2.2	Persepsi Responden terhadap Promosi	Error! Bookmark not defined.
3.2.3	Persepsi Responden terhadap Kualitas Produk ...	Error! Bookmark not defined.
3.2.4	Persepsi Responden terhadap Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
3.3	Analisis Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
3.3.1	Koefisien Korelasi	Error! Bookmark not defined.
3.3.2	Koefisien Determinasi .	Error! Bookmark not defined.
3.3.3	Koefisien Regresi Sederhana	Error! Bookmark not defined.
3.3.4	Uji t Harga terhadap Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.

3.4	Analisis Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
3.4.1	Koefisien Korelasi	Error! Bookmark not defined.
3.4.2	Koefisien Determinasi	Error! Bookmark not defined.
3.4.3	Koefisien Regresi Sederhana	Error! Bookmark not defined.
3.4.2	Uji t Promosi terhadap Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
3.5	Analisis Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
3.5.1	Koefisien Korelasi	Error! Bookmark not defined.
3.5.2	Koefisien Determinasi	Error! Bookmark not defined.
3.5.3	Koefisien Regresi Sederhana	Error! Bookmark not defined.
3.5.4	Uji t Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
3.6	Analisis Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
3.6.1	Koefisien Korelasi	Error! Bookmark not defined.
3.6.2	Koefisien Determinasi	Error! Bookmark not defined.
3.6.3	Koefisien Regresi Linear Berganda	Error! Bookmark not defined.
3.6.4	Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	Error! Bookmark not defined.
3.7	Pembahasan	Error! Bookmark not defined.
BAB IV	PENUTUP	Error! Bookmark not defined.
4.1	Kesimpulan	Error! Bookmark not defined.
4.2	Saran	Error! Bookmark not defined.
	Daftar Pustaka	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Data Penjualan Hangiri di Beberapa Cabang Semarang	Error! Bookmark not defined.
Tabel 1. 2	Data Penjualan Hangiri Banyumanik	Error! Bookmark not defined.
Tabel 1. 3	Data Harga Hangiri dengan Pesaingnya	Error! Bookmark not defined.
Tabel 1. 4	Biaya Promosi Hangiri Banyumanik	Error! Bookmark not defined.
Tabel 1. 5	Data komplain konsumen Hangiri	Error! Bookmark not defined.
Tabel 1. 6	Penelitian terdahulu	Error! Bookmark not defined.
Tabel 1. 7	Interpretasi Koefisien Korelasi	Error! Bookmark not defined.
Tabel 2. 1	Daftar menu Hangiri	Error! Bookmark not defined.
Tabel 2. 2	Identitas responden berdasarkan jenis kelamin	Error! Bookmark not defined.
Tabel 2. 3	Responden berdasarkan umur	Error! Bookmark not defined.
Tabel 2. 4	Berdasarkan pendidikan terakhir	Error! Bookmark not defined.

Tabel 2. 5 Identitas responden berdasarkan pekerjaan..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 2. 6 Identitas responden berdasarkan penghasilan..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 1 Hasil uji validitas harga.....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 2 Hasil uji validitas promosi**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 3 Uji validitas kualitas produk**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 4 Hasil uji validitas keputusan pembelian**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 5 Hasil uji reliabilitas**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 6 Keterjangkauan harga produk Hangiri..**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 7 Kesesuaian harga dengan kualitas produk Hangiri**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 8 Daya saing harga Hangiri dengan pesaingnya **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 9 Kesesuaian harga dengan manfaat**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 10 Rekapitulasi jawaban responden pada variabel harga..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 11 Skor Jawaban**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 12 Kategori Interval Nilai**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 13 Distribusi Kategori Harga**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 14 Penggunaan Media untuk Melakukan Periklanan.... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 15 Frekuensi Promosi Periklanan yang dilakukan Hangiri..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 16 Pesan yang Disampaikan Hangiri Jelas dan Menarik **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 17 Jangka Waktu Pemberian Diskon yang Dilakukan Hangiri..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 18 Besaran Voucher yang Diberikan Hangiri **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 19 Frekuensi Diskon yang Diberikan Hangiri **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 20 Rekapitulasi Jawaban Responden mengenai Variabel Promosi . **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 21 Skor Jawaban**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 22 Kategori Interval Nilai**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 23 Distribusi Kategorisasi Promosi**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 24 Keberagaman Produk Hangiri.....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 25 Ketersediaan Produk Hangiri**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 26 Kesesuaian Cita Rasa Produk Hangiri dengan Selera Konsumen .. **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 27 Tampilan Produk Hangiri**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 28 Rekapitulasi Jawaban Responden mengenai Variabel Kualitas Produk**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 29 Skor Jawaban**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 30 Kategori Interval Nilai**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 31 Distribusi Kategorisasi Kualitas Produk	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 32 Produk Hangiri dapat Memenuhi Kebutuhan ...	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 33 Pembelian Produk Hangiri Diputuskan dengan Cepat.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 34 Produk Hangiri menjadi Prioritas	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 35 Perasaan Setelah Membeli Produk Hangiri	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 36 Memberikan Rekomendasi Produk Hangiri.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 37 Rekapitulasi Jawaban Responden mengenai Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 38 Skor Jawaban	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 39 Kategori Interval Nilai	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 40 Distribusi Kategorisasi Keputusan Pembelian..	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 41 Hasil Uji Korelasi Harga terhadap Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 42 Hasil Koefisien Determinasi Harga terhadap Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 43 Hasil Koefisien Regresi Sederhana Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 44 Hasil Uji t Harga terhadap Keputusan Pembelian ...	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 45 Hasil Korelasi Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 46 Hasil Determinasi Promosi terhadap Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 47 Hasil Regresi Sederhana Promosi terhadap Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 48 Hasil Uji t Promosi terhadap Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 49 Hasil Uji Korelasi Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 50 Hasil Uji Determinasi Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 51 Hasil Regresi Sederhana Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 52 Hasil Uji t Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 53 Hasil Uji Korelasi Harga, Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 54 Hasil Uji Determinasi Harga, Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 55 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	Error! Bookmark not defined.

Tabel 3. 56 Hasil Uji F**Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
Gambar 1. 2 Kurva Uji t	Error! Bookmark not defined.
Gambar 1. 3 Kurva Uji F	Error! Bookmark not defined.
Gambar 2. 1 Logo Hangiri	Error! Bookmark not defined.
Gambar 2. 2 Struktur Organisasi	Error! Bookmark not defined.
Gambar 3. 1 Uji t Harga terhadap Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
	defined.
Gambar 3. 2 Uji t Promosi terhadap Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
	defined.
Gambar 3. 3 Uji t Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	Error! Bookmark not defined.
	Bookmark not defined.
Gambar 3. 4 Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 2 Daftar Menu Hangiri	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 3 Identitas Responden.....	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 4 Surat Keterangan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 5 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 6 Uji Korelasi dan Determinasi	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 7 Uji Koefisien Linear Sederhana	Error! Bookmark not defined.

