

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAKSI.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
1.5 Sistematika Penulisan.....	14
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori.....	16
2.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	16
2.1.2 Pengertian Lokasi.....	20
2.1.2.1 Hubungan Lokasi dengan Keputusan	

	Pembelian.....	21
2.1.3	Pengertian Persepsi Harga.....	23
2.1.3.1	Hubungan Persepsi Harga dengan Keputusan Pembelian.....	29
2.1.4	Pengertian Promosi.....	31
2.1.4.1	Hubungan Promosi dengan Keputusan Pembelian.....	37
2.2	Penelitian Terdahulu.....	38
2.3	Kerangka Pemikiran.....	43
2.4	Hipotesis.....	43
BAB III	METODE PENELITIAN	
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	44
3.1.1	Variabel Penelitian.....	44
3.1.2	Definisi Operasional Variabel.....	45
3.2	Pengertian Populasi dan Sampel.....	47
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	48
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	49
3.5	Metode Analisis Data.....	51
3.5.1	Analisis Kualitatif.....	51
3.5.2	Analisis Kuantitatif.....	51
3.6	Metode Analisis Kuantitatif.....	51
3.6.1	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	51
3.6.1.1	Uji Validitas.....	52

3.6.1.2	Uji Reliabilitas.....	52
3.6.2	Uji Asumsi Klasik.....	53
3.6.2.1	Uji Multikolinearitas.....	53
3.6.2.2	Uji Heteroskedastisitas.....	54
3.6.3	Uji Normalitas.....	54
3.6.4	Analisis Regresi Linear Berganda.....	55
3.6.5	Uji Hipotesis.....	56
3.6.5.1	Uji t.....	56
3.6.5.2	Uji F.....	57
3.6.5.3	Koefisien Determinasi.....	57
BAB IV		
HASIL DAN ANALISIS		
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	59
4.2	Gambaran Umum Responden.....	60
4.2.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	60
4.2.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Umur.....	61
4.2.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	62
4.2.4	Deskripsi Responden Berdasarkan Pengeluaran.....	62
4.2.5	Deskripsi Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan.....	63
4.3	Hasil Penelitian.....	64
4.3.1	Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	64
4.3.2	Deskripsi Variabel Penelitian.....	66
4.3.2.1	Analisis Jawaban Responden terhadap Variabel	

	Lokasi.....	67
4.3.2.2	Analisis Jawaban Responden terhadap Variabel Persepsi Harga.....	69
4.3.2.3	Analisis Jawaban Responden terhadap Variabel Promosi.....	72
4.3.2.4	Analisis Jawaban Responden terhadap Keputusan Pembelian.....	74
4.3.3	Uji Asumsi Klasik.....	76
4.3.3.1	Uji Normalitas.....	76
4.3.3.2	Uji Multikolinearitas.....	77
4.3.3.3	Uji Heteroskedastisitas.....	78
4.3.4	Hasil Analisis Regresi Berganda.....	80
4.3.5	Kelayakan Model.....	81
4.3.5.1	Uji F.....	81
4.3.5.2	Koefisien Determinasi.....	82
4.3.6	Uji t.....	83
4.4	Pembahasan.....	85
BAB V PENUTUP		
5.1	Kesimpulan.....	89
5.2	Keterbatasan.....	90
5.3	Saran.....	91
5.4	Agenda Penelitian Mendatang.....	92
DAFTAR PUSTAKA.....		94

