



**Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan  
Pembelian Mobil Merek Toyota Sienta di PT. Nasmoco Gombel Semarang**

**PROPOSAL PENELITIAN**

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

**Penyusun:**

**Putri Arista Widyasmoro**

**14020216120025**

**DEPARTEMEN ADMINISTRASI BISNIS**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS DIPONEGORO**

**2020**

## **SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

1. Nama Lengkap : Putri Arista Widyasmoro
2. Nomor Induk Mahasiswa : 14020216120025
3. Tempat / Tanggal Lahir : Semarang/ 15 Januari 1998
4. Jurusan / Program Studi : Administrasi Bisnis
5. Alamat : Jl.Pudak Payung RT 06/ RW 04 Kecamatan  
Banyumanik Semarang

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah (Skripsi / TA) yang saya tulis berjudul:

**Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mobil Toyota Sienta di PT. Nasmoco Gombel Semarang**

Adalah benar-benar **Hasil Karya Ilmiah Tulisan Saya Sendiri**, bukan hasil karya ilmiah orang lain atau jiplakan karya ilmiah orang lain.

Apabila dikemudian hari ternyata karya ilmiah yang saya tulis itu terbukti bukan hasil karya ilmiah saya sendiri atau hasil jiplakan karya orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan hasil karya ilmiah saya dengan seluruh implikasinya, sebagai akibat kecurangan yang saya lakukan

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran serta tanggungjawab.

Semarang, 31 Agustus 2020

Pembuat pernyataan,



Putri Arista Widyasmoro  
NIM. 14020216120025

**HALAMAN PENGESAHAN**

Judul Skripsi : **Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Sienta di PT. Nasmoco Gombel Semarang**

Nama Penyusun : Putri Arista Widyasmoro

NIM : 14020216120025

Progam Studi : Administrasi Bisnis

**Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata 1**

Semarang, 31 September 2020

Wakil Dekan I



Dr. Drs. Teguh Yuwono, M.Pol. Admin  
NIP. 19690822.199403.1.1003



Dr. Drs. Hardi Warsono, M.T.P.  
NIP. 19640827.199001.1.001

**Dosen Pembimbing**

1. Dr. Dra. Sri Suryoko, M.Si (.....)

**Dosen Penguji**

1. Dra. Aprianti Endang P, M. Si (.....)

2. Prof. Dr. Naili Farida, S. Sos, M.Si (.....)

3. Dr. Dra. Sri Suryoko, M.Si (.....)

## **MOTTO**

"Kebanyakan dari kita tidak mensyukuri apa yang sudah kita miliki, tetapi kita selalu menyesali apa yang belum kita capai."

(Schopenhauer)

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap.”

(QS. Al-Insyirah,6-8)

"Apabila Anda berbuat kebaikan kepada orang lain, maka Anda telah berbuat baik terhadap diri sendiri."

(Benyamin Franklin)

## PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Allah SWT Terimakasih atas Rahmat yang telah engkau berikan semua.
2. Ibu dan Bapak yang selalu menjaga, mendoakan, menyanyangi, memberikan dukungan dan menyakinkan bahwa saya mampu menyelesaikan dengan baik serta meraih apa yang saya cita citakan.
3. Kakakku tercinta Dicky Putra Arista dan Adikku tersayang Kevin Arista Muhammad Zidan yang telah memberikan dukungan yang tiada henti.
4. Ibu Sri Suryoko Terimakasih atas bimbingan selama ini dari magang, seminar proposal, hingga skripsi.
5. Terimakasih untuk Ibu Naili Farida atas bimbingannya dan sudah menjadi dosen wali selama 4 tahun ini.
6. Terimakasih untuk Ibu Aprianti Endang atas bimbingannya dan sudah menjadi dosen penguji saya.
7. Terimakasih untuk kakak Dyah Lisna Rahmasari sebagai CRC (*Customer Relation Coordinator*) PT. Nasmoco Gombel yang telah membantu saya selama penelitian sampai selesai.
8. Terimakasih untuk Kakak Sari Puspitarin atas bantuannya.
9. Terimakasih untuk Bapak Nova Sriyono dan Bapak M. Syafruddin Ma'ruf yang telah mengizinkan untuk melakukan penelitian di PT. Nasmoco Gombel Semarang.
10. Terimakasih untuk teman dari maba yang menemani keluh kesah ku (Adellia Pramesti Yuliani dan Khunaifa Puspitaningtyas)
11. Terimakasih untuk Jesica Martha Megawati yang selalu membantu dan menemani saya dalam suka maupun duka.
12. Terimakasih untuk teman seperbimbingan (Imas, Iva, Laras, Novia, Mutia)
13. Terimakasih untuk Dedy Prasetyo yang telah membantu dan memberikan dukungan tiada henti.

14. Teman-teman KKN Tim II Desa Sumpersari Kecamatan Kayen Kabupaten Pati.
15. Teman-teman Administrasi Bisnis 2016 yang telah berjuang bersama sama menyelesaikan pendidikan.

## **Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Toyota Sienta di Nasmoco Gombel Semarang**

### **Abstrak**

Secara khusus penelitian ini membahas mengenai Penjualan mobil merek Toyota Sienta di PT. Nasmoco Gombel Semarang tahun 2016 – 2019 terus mengalami penurunan. Penelitian untuk mengetahui pengaruh harga ( $X_1$ ), kualitas produk ( $X_2$ ), dan promosi ( $X_3$ ) terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ) mobil Toyota Sienta di PT. Nasmoco Gombel Semarang. Tipe penelitian ini adalah *explanatory research*. Sampel dalam penelitian ini yaitu pembeli sekaligus pengguna mobil Toyota Sienta di PT. Nasmoco Gombel Semarang dengan jumlah sampel 51 responden.. Teknik pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling*. Peneliti mengirimkan *link* yang berisi kuesioner melalui aplikasi *whatsapp* dan data yang berkaitan dengan PT. Nasmoco Gombel Semarang diperoleh dari pihak manajemen melalui *e-mail*.

Metode analisis data yang digunakan yaitu uji validitas, realibilitas, korelasi, koefisien determinasi, regresi sederhana, regresi berganda, uji t dan uji F dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 23. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian mobil Toyota Sienta. Variabel kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian mobil Toyota Sienta dan variabel promosi juga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian mobil Toyota. Variabel harga, kualitas produk dan promosi memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan.

Saran yang diajukan adalah meninjau kembali harga mobil Toyota Sienta yang ditawarkan, melakukan inovasi pada bagian *interior* dan disesuaikan dengan keinginan para konsumennya serta untuk PT. Nasmoco Gombel lebih sering mengadakan promo dengan memberikan diskon yang cukup besar pada produknya.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk, Promosi dan Keputusan Pembelian.

***The Effect of Price, Product Quality and Promotion on the Purchase Decision of  
the Toyota Sienta Brand at Nasmoco Gombel Semarang***

***Abstract***

*Specifically this study discusses the sale of Toyota Sienta brand cars at PT. Nasmoco Gombel Semarang in 2016 - 2019 continues to decline. Research to determine the effect of price (X1), product quality (X2), and promotion (X3) on purchasing decisions (Y) of Toyota Sienta cars at PT. Nasmoco Gombel Semarang. This type of research is explanatory research. The sample in this study were buyers and users of Toyota Sienta cars at PT. Nasmoco Gombel Semarang with a total sample of 51 respondents. The sampling technique uses simple random sampling. The researcher sent a link containing the questionnaire through the whatsapp application and data relating to PT. Nasmoco Gombel Semarang was obtained from management via e-mail .*

*Data analysis methods used were validity, reliability, correlation, determination coefficient, simple regression, multiple regression, t test and F test using SPSS version 23. The results showed that the price variable has a significant influence on the purchase decision of Toyota Sienta cars. The product quality variable has a significant influence on the purchase decision of Toyota Sienta, and the promotion variable also has a significant influence on the purchase decision of Toyota Sienta. Variable price, product quality and promotion have a joint influence on purchasing decisions.*

*Suggestions proposed are to review the price of Toyota Sienta cars offered, innovate in the interior and adjust to the desires of its customers and for PT. Nasmoco Gombel more often holds promos by giving substantial discounts on its products.*

*Keywords: Price, Product Quality, Promotion and Purchasing Decisions.*



## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, atas limpahan berkat, rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik sebagai salah satu syarat untuk memenuhi pendidikan Strata 1 Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro.

Penulis sadar bahwa penulisan skripsi dengan judul: **“Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Sienta di PT. Nasmoco Gombel Semarang”** dengan baik, sebagai salah satu syarat untuk memenuhi pendidikan Strata 1 Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro.

Penyusunan skripsi dapat terselesaikan dengan baik berkat bantuan, bimbingan, dan kerjasama dari berbagai pihak baik secara materill maupun moril. Untuk itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Dr. Drs. Hardi Warsono, MTP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi ini.
2. Reni Shinta Dewi, S.Sos, M.Si selaku ketua Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.
3. Prof. Dr. Dra. Naili Farida, M.Si selaku dosen wali dan dosen Penguji II yang telah membantu selama masa perkuliahan.
4. Dra. Aprianti Endang P, M.Si., Selaku dosen Penguji I atas waktu dan masukan yang diberikan dalam penyusunan skripsi ini.

5. Dr. Dra. Sri Suryoko, M.Si. selaku dosen pembimbing atas segala bimbingan, arahan, saran dan waktu yang telah diberikan selama penulisan skripsi ini
6. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik khususnya dosen departemen administrasi bisnis Undip, yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama proses perkuliahan.
7. Seluruh responden atas kesediaannya mengisi kuesioner yang telah penulis berikan.
8. Serta berbagai pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu, dan tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu kritik dan saran konstruktif sangat penulis di harapkan guna tercapainya hasil yang bermanfaat bagi banyak pihak. Semoga skripsi ini memberikan manfaat yang nyata bagi kemajuan bersama.

Semarang, 31 Agustus 2020

Penyusun,

Putri Arista Widyasmoro

NIM. 14020216120025

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
MOTTO.....	iv
PERSEMBAHAN .....	v
Abstrak .....	vii
<i>Abstract</i> .....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xviii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	14
1.3 Tujuan Penelitian.....	15
1.4 Manfaat Penelitian.....	16
1.5 Kerangka Teori / Konsep .....	16
1.5.1 Perilaku Konsumen .....	16
1.5.2 Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ) .....	20
1.5.3 Harga .....	22
1.5.5 Kualitas Produk.....	31
1.5.6 Promosi .....	37
1.5.7 Keputusan Pembelian.....	41
1.5.8 Pengaruh Antar Variabel.....	48
1.5.9 Penelitian Terdahulu .....	52
1.6 Rumusan Hipotesis.....	54

1.7	Definisi Konsep .....	55
1.8	Definisi Operasional .....	57
1.8.1	Variabel Bebas (independent variable) .....	57
1.8.2	Variabel Terikat (dependent variable) .....	59
1.9	Metode Penelitian .....	60
1.9.1	Tipe Penelitian .....	60
1.9.2	Teknik Pengambilan Sampel.....	62
1.9.3	Jenis dan Sumber Data .....	63
1.9.4	Skala Pengukuran.....	64
1.9.5	Teknik Pengumpulan Data.....	65
1.9.6	Teknik Pengolahan Data .....	66
1.9.7	Instrumen Penelitian.....	67
1.9.8	Teknik Analisis Data.....	67
1.9.8.1	Uji Validitas.....	68
<b>BAB II GAMBARAN UMUM PT. NASMOCO GOMBEL SEMARANG .....</b>		<b>77</b>
2.1.	Sejarah dan Perkembangan.....	77
2.2.	Lokasi Perusahaan .....	79
2.3.	Visi dan Misi Perusahaan .....	80
2.4.	Budaya Perusahaan.....	82
2.5.	Logo PT Nasmoco Gombel Semarang .....	84
2.6.	Bidang Usaha.....	85
2.7.	Struktur Organisasi dan Deskripsi Jabatan PT. Nasmoco Gombel Semarang .....	87
2.7.1.	Struktur Organisasi PT. Nasmoco Gombel Semarang .....	87
2.7.2.	Deskripsi Jabatan PT. Nasmoco Gombel Semarang .....	88
2.8.	Identitas Responden.....	92
2.8.1.	Identitas Responden Berdasarkan Umur .....	92
2.8.2.	Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	93
2.8.3.	Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	94
2.8.4.	Identitas Responden Berdasarkan Status Perkawinan .....	94

2.8.5.	Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	95
2.8.6.	Identitas Responden Berdasarkan Penghasilan per Bulan.....	95
2.8.7.	Identitas Responden Berdasarkan Jangka Waktu Menggunakan Mobil Sienta .....	96
<b>BAB III PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL TOYOTA SIENTA DI PT. NASMOCO GOMBEL SEMARANG .....</b>		
3.1.	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	97
3.1.1.	Uji Validitas.....	98
3.1.2.	Uji Reliabilitas .....	101
3.2.	Analisis dan Interpretasi Hasil Penelitian.....	102
3.2.1.	Variabel Harga Mobil Toyota Sienta (X1) .....	102
3.2.2.	Variabel Kualitas Produk Mobil Toyota Sienta (X2) .....	109
3.2.3.	Variabel Promosi Mobil Toyota Sienta (X3) .....	122
3.2.4.	Variabel Keputusan Pembelian Mobil Toyota Sienta (Y).....	134
3.3.	Uji Hipotesis .....	142
3.3.1.	Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian (H1) .....	142
3.3.2.	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (H2) .....	147
3.3.3.	Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian (H3) .....	152
3.3.4.	Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (H4).....	158
3.4.	Pembahasan .....	165
<b>BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>		
4.1.	Kesimpulan .....	172
4.2.	Saran .....	173
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		
<b>LAMPIRAN .....</b>		

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Mobil Tahun 2015-2018 di Indonesia .....	6
Tabel 1.2 10 Merek Mobil Terlaris Tahun 2018 di Indonesia .....	8
Tabel 1.3 Data Penjualan Mobil Toyota Tahun 2015-2018 di Indonesia .....	9
Tabel 1.4 Harga Mobil Toyota Sienta 2019 .....	9
Tabel 1.5 Data Penjualan Mobil Toyota Tahun 2016-2019 di PT. Nasmoco Gombel Semarang .....	12
Tabel 1.6 Data Penjualan Mobil Toyota Sienta Tahun 2016-2019 di Nasmoco Gombel, Pemuda dan Kaligawe Semarang .....	13
Tabel 1.7 Skor Jawaban Metode Likert .....	65
Tabel 1.8 Interpretasi Koefisien Korelasi .....	70
Tabel 2.1 UsiaResponde .....	93
Tabel 2.2 Jenis Kelamin Responden .....	93
Tabel 2.3 Tingkat Pendidikan Terakhir Responden.....	94
Tabel 2.4 Status Perkawinan/ Marital Responden .....	94
Tabel 2.5 Jenis Pekerjaan Responden .....	95
Tabel 2.6 Penghasilan Responden .....	96
Tabel 2.7 Jangka Waktu Penggunaan Mobil Toyota Sienta Responden .....	96
Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas Harga 98	
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....	99
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Promosi .....	100
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	101
Tabel 3. 5 Hasil Uji Reliabilitas .....	102
Tabel 3. 6 Keterjangkauan Harga Mobil Toyota Sienta .....	103
Tabel 3.7 Kesesuaian Harga dengan Kualitas .....	104
Tabel 3. 8 Kesesuaian Harga dengan Manfaat.....	104
Tabel 3. 9 Harga Mobil Toyota Sienta dibandingkan dengan Mobil Sejenis (MPV) Lainnya.....	105
Tabel 3. 10 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Harga.....	106
Tabel 3. 11 Kategorisasi Penilaian Variabel Harga .....	109
Tabel 3.12 Persepsi Responden Terhadap Konsumsi Bahan Bakar .....	110
Tabel 3.13 Persepsi Responden Terhadap Kestabilan Mobil.....	111
Tabel 3.14 Persepsi Responden Terhadap Kunci Pengaman .....	112
Tabel 3.15 Persepsi Responden Terhadap Kelengkapan Interior .....	113
Tabel 3.16 Persepsi Responden Terhadap Kelengkapan Eksterior.....	114

Tabel 3.17 Persepsi Responden Tentang Daya Tahan Mesin .....	115
Tabel 3.18 Kemudahan Menemukan Bengkel Resmi Toyota .....	115
Tabel 3.19 Persepsi Responden Terhadap Layanan Servis.....	116
Tabel 3.20 Tampilan Fisik Mobil Toyota Sienta .....	117
Tabel 3.21 Kualitas Mobil Toyota Sienta Secara Keseluruhan .....	118
Tabel 3.22 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Kualitas Produk	119
Tabel 3.23 Kategorisasi Penilaian Variabel Kualitas Produk .....	122
Tabel 3.24 Persepsi Responden Terhadap Kemampuan Pemahaman Sales .....	123
Tabel 3.25 Persepsi Responden Terhadap Kejelasan Informasi Oleh Petugas Sales	124
Tabel 3.26 Persepsi Responden Terhadap Personal Selling yang Menarik .....	125
Tabel 3.27 Persepsi Responden Terhadap Keberagaman Iklan .....	125
Tabel 3.28 Persepsi Responden Terhadap Kejelasan Informasi pada Iklan .....	126
Tabel 3.29 Persepsi Responden Terhadap Iklan yang Menarik .....	127
Tabel 3.30 Persepsi Responden Terhadap Frekuensi Pemberian Diskon .....	128
Tabel 3.31 Persepsi Responden Terhadap Pemberian Diskon yang Menarik .....	129
Tabel 3.32 Persepsi Responden Terhadap Frekuensi Frekuensi Promosi Melalui Publisitas .....	130
Tabel 3.33 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Promosi .....	131
Tabel 3.34 Kategorisasi Penilaian Variabel Promosi.....	134
Tabel 3.35 Pembelian mobil Toyota Sienta Sesuai dengan Kebutuhan.....	135
Tabel 3.36 Jangka Waktu Pencarian Informasi.....	136
Tabel 3.37 Mobil Toyota Sienta Sebagai Pilihan Utama.....	136
Tabel 3.38 Perasaan Setelah Membeli Mobil Sienta .....	137
Tabel 3. 39 Kesiediaan Merekomendasikan Kepada Orang Lain .....	138
Tabel 3.40 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Keputusan Pembelian.....	139
Tabel 3.41 Kategorisasi dan Distribusi Frekuensi pada Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	141
Tabel 3.42 Koefisien Korelasi Harga terhadap Keputusan Pembelian .....	142
Tabel 3.43 Koefisien Determinasi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	143
Tabel 3.44 Koefisien Regresi Sederhana Variabel Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	144
Tabel 3.45 Koefisien Korelasi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian....	148
Tabel 3.46 Koefisien Determinasi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	148
Tabel 3.47 Koefisien Regresi Sederhana Variabel Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	149

Tabel 3.48 Koefisien Korelasi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian .....	153
Tabel 3.49 Koefisien Determinasi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian .....	154
Tabel 3.50 Koefisien Regresi Sederhana Variabel Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	154
Tabel 3.51 Hasil Uji Koefisien Korelasi Berganda.....	158
Tabel 3.52 Koefisien Determinasi Harga (X1), Kualitas Produk (X2) dan Promosi (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	159
Tabel 3.53 Koefisien Regresi Linear Berganda .....	160
Tabel 3.54 Hasil Perhitungan Uji F antara Harga, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian .....	162



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tahap Proses Keputusan Pembelian .....	42
Gambar 1.2 Model Hipotesis Penelitian .....	54
Gambar 1.3 Kurva Hasil Uji t ( <i>two tail</i> ) .....	75
Gambar 1.4 Kurva Hasil Uji F .....	76
Gambar 2.1 Logo Nasmoco.....	84
Gambar 3.1 Pengujian Hipotesis dengan <i>t-Test</i> Variabel Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	146
Gambar 3.2 Pengujian Hipotesis dengan <i>t-Test</i> Variabel Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian .....	152
Gambar 3.3 Pengujian Hipotesis dengan <i>t-Test</i> Variabel Promosi terhadap Keputusan Pembelian .....	157
Gambar 3.4 Pengujian Hipotesis dengan <i>F-Test</i> Variabel Harga, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian .....	164

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran i	Kuesioner .....	179
Lampiran iii	Tabel Induk .....	187
Lampiran iv	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Harga (x1) .....	189
Lampiran v	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kualitas Produk (x2) .....	189
Lampiran vi	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Promosi (x3).....	190
Lampiran vii	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Keputusan Pembelian (y) .....	191
Lampiran viii	Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	191
Lampiran ix	Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	192
Lampiran x	Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	192
Lampiran xi	Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	193
Lampiran xii	Hasil Perhitungan Uji f Antara Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	193
Lampiran xiii	Tabel r (Signifikansi 5%) .....	193
Lampiran xiv	Tabel t (Signifikansi 5%) .....	195
Lampiran xv	Tabel F (Signifikansi 5%) .....	197
Lampiran xvi	Surat Keterangan Penelitian.....	203