

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI DAFTAR TABEL DAFTAR GAMBAR

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Kerangka Pemikiran	10
1.6 Hipotesis	11

BAB II TUJUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Pemasaran	12
2.2 Kualitas Produk	13
2.3 Harga	15
2.4 Promosi	16
2.5 Keputusan Pembelian	19
2.6 Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	22
2.7 Penelitian Terdahulu	23

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian.....	25
3.2 Jenis dan Sumber Data	25
3.3 Populasi dan Sampel	26
3.4 Teknik Pengumpulan Data	27
3.5 Definisi Operasional.....	28
3.6 Skala Pengukuran.....	29
3.7 Uji Validitas dan Reabilitas	30
3.7.1 Uji Validitas	30
3.7.2 Uji Reliabilitas	30
3.8 Teknik Analisis Data	31
3.9 Pengujian Hipotesis	33

BAB IV PEMBAHASAN

4.1 Profil Tunas Dwipa Matra Bandar Lampung.....	35
4.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	35
4.2.1 Uji Validitas	36
4.2.2 Uji Reliabilitas	37
4.3 Analisis Demografi Responden.....	38
4.4 Analisis Kualitatif	42
4.4.1 Jawaban Responden Terkait Kualitas Produk Honda BeAT (X1).....	43
4.4.2 Jawaban Responden Terkait Harga Honda BeAT (X2).....	46
4.4.3 Jawaban Responden Terkait Promosi Honda BeAT (X3)	48
4.4.4 Jawaban Responden Terkait Keputusan Pembelian Honda BeAT (Y).....	51
4.4.5 Total Skor Jawaban Variabel Kualitas Produk, Harga, Promosi (X) dan Keputusan Pembelian (Y)	54
4.5 Analisis Kuantitatif	56
4.5.1 Uji Regresi Linear Berganda.....	56
4.5.2 Uji Koefisien Regresi Secara Bersama-Sama (Uji F).....	58
4.5.3 Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji T)	59
4.6 Pembahasan.....	61

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	64
5.2 Saran.....	66

DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN