DAFTAR ISI

Halaman

DAFTAR ISI i
DAFTAR TABEL iii
DAFTAR GAMBAR v
DAFTAR LAMPIRAN vi

I. PENDAHULUAN
1.1 Latar Belakang Penelitian 1
1.2 Rumusan Masalah 6
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian 7
1.4 Kerangka Pemikiran 8
1.5 Hipotesis 9

II. LANDASAN TEORI
2.1 Konsep Pemasaran 10
2.2 Harga 12
2.3 Bingkai Harga / *Framing* 13
2.3.1 Efek *Framing* 14
2.3.2 Diskon Bingkai Harga / *Price Discount Framing* 15
2.3.2.1 *Actual Price* 19
2.3.2.2 *Reference price* 20
2.3.2.3 *Teks in frame* 21
2.4 Keputusan Pembelian Konsumen 24

III METODE PENELITIAN
3.1 Jenis Penelitian 28
3.2 Sumber Data 28
3.3 Populasi dan Sampel 29
3.4 Metode Pengumpulan Data 31
3.5 Variabel Penelitian 31
3.6 Uji Instrumen Penelitian 34
3.7 Alat Analisis 36

3.7.1 Analisis Kualitatif 36
3.7.2 Analisis Kuantitatif 37

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN
4.1 Hasil Penelitian 40
4.1.1 Data dan Sampel 40
4.1.2 Uji Kelayakan Kuesioner 40
4.1.3 Karakteristik Responden 42
4.2 Analisis Kualitatif 44
4.2.1 Variabel Keputusan Pembelian Konsumen..... 44
4.2.2 Variabel *Actual price* 48
4.2.3 Variabel *Reference price* 49
4.2.4 Variabel *Teks in frame* 51
4.2.5 Rekapitulasi Jawaban Responden 52
4.3 Analisis Kuantiitatif 55
4.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda 55
4.3.2 Pengaruh *Price Discount Framing* Terhadap keputusan pembelian 56
4.3.3 Pengujian Pengaruh Statistik Secara Bersama-sama 57
4.3.4 Pengujian Hipotesis Statistik Secara Parsial 57

V. SIMPULAN DAN SARAN
5.1 Simpulan 60
5.2 Saran 61

DAFTAR PUSTAKA 63
LAMPIRAN