

DAFTAR ISI

	Halaman
I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Permasalahan.....	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
E. Kerangka Pemikiran.....	9
F. Hipotesis.....	12
II. LANDASAN TEORI	
A. Strategi Pemasaran	13
1. Pengertian Manajemen Pemasaran	13
2. Pengertian Strategi Pemasaran	13
B. Kualitas Produk.....	15
C. Harga	17
D. Promosi	20
E. Keputusan Pembelian.....	24
III. METODE PENELITIAN	
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	27
B. Jenis Penelitian.....	27
C. Jenis Data	27
D. Teknik Pengumpulan Data.....	28
E. Populasi dan Sampel Penelitian	29
1. Populasi	29
2. Sampel.....	30
F. Operasional Variabel.....	31
G. Uji Validitas dan Reliabilitas	33
1. Uji Validitas	33
2. Uji reliabilitas.....	34
H. Teknik Analisis Data	35
1. Metode Penelitian Deskriptif	35
2. Uji Asumsi Klasik	35
3. Uji Hipotesis	36
4. Uji Regresi Berganda	37

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A.	Uji Validitas dan Reliabilitas	39
	1. Uji Validitas	39
	2. Uji Reliabilitas	41
B.	Analisis Deskriptif	42
C.	Uji Asumsi Klasik	49
	1. Uji Normalitas	49
	2. Uji Heteroskedastisitas	52
	3. Uji Multikolinearitas	54
D.	Uji Hipotesis	55
	1. Uji Signifikansi Parsial (Uji-t)	55
	2. Uji Signifikansi Simultan (Uji-F)	58
	3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	59
E.	Analisis Regresi Berganda	60

V. SIMPULAN

A.	Simpulan	62
B.	Saran	63

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN