

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR LAMPIRAN

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang	1
1.2. Permasalahan	9
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
1.4. Kerangka Pemikiran	10
1.5. Hipotesis Penelitian	13

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Definisi Pemasaran	14
2.2. Bauran Pemasaran (7P)	15
2.3. Kualitas Produk	18
2.3.1. Hal-hal yang mempengaruhi Kualitas Produk	19
2.4. Keputusan Pembelian	20
2.4.1. Hal-hal yang mempengaruhi keputusan pembelian	20

III. METODE PENELITIAN

3.1. Jenis dan Lokasi Penelitian	21
3.1.1. Jenis Penelitian	21
3.1.2. Lokasi Penelitian	21
3.2. Sumber Data	22
3.2.1. Data Primer	22
3.2.2. Data Sekunder	22
3.2.3. Teknik Pengumpulan Data	22
3.2.4. Populasi dan Sampel	22
3.2.4.1. Populasi	22
3.2.4.2. Sampel	23
3.2.4.3. Metode Pengambilan Sampel	24
3.2.5. Konsep, Alat-alat Variabel, dan Tabel Operasional Penelitian	24
3.2.5.1. Konsep	24
3.2.5.2. Alat-alat Variabel	24
3.2.5.3. Tabel Operasional Penelitian	25
3.2.6. Skala Pengukuran	26
3.2.7. Uji Instrumen Penelitian	27
3.2.8. Teknik Analisis Data	28

3.2.8.1. Analisis Kualitatif	29
3.2.8.2 Analisis Kuantitatif	29

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Uji Validitas dan Reliabilitas	30
4.1.1. Uji Validitas dengan <i>Product Moment</i>	30
4.1.2. Uji Reliabilitas	31
4.2. Analisis Kuantitatif	32
4.2.1. Uji Regresi Linier Berganda	33
4.2.2. Uji Koefisien Regresi secara bersama-sama (Uji f)	33
4.2.3. Uji Koefisien Regresi secara parsial (Uji t)	35
4.3. Analisis Kualitatif	36
4.3.1. Hasil Analisis Variabel Demografi	36
4.4. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden	37
4.4.1. Tanggapan Pernyataan Kualitas (X)	38
4.4.2. Total Hasil Frekuensi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk (X)	40
4.4.3. Total Hasil Frekuensi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y)	41
4.4.4. Rata-rata Persentase Frekuensi Jawaban Responden	42

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan	43
5.2. Saran	44

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN