

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Sejarah Mitsubishi Motors Corporation.....	1
1.1.2 Visi dan Misi Mitsubishi Motor Corporation	2
1.2 Latar Belakang.....	3
1.3 Rumusan Masalah.....	12
1.4 Tujuan Penelitian.....	12
1.5 Kegunaan Penelitian.....	13
1.6 Sistematika Penelitian.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Landasar Teori.....	15

2.1.1	Pengertian Pemasaran.....	15
2.1.2	Konsep Pemasaran.....	15
2.1.3	Bauran Pemasaran.....	16
2.1.4	Keputusan Pembelian.....	30
2.2	Penelitian Terdahulu.....	35
2.3	Kerangka Pemikiran.....	51
2.4	Hipotesis Penelitian.....	53
2.5	Ruang Lingkup Penelitian.....	54
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		55
3.1	Jenis Penelitian.....	55
3.2	Variabel Penelitian, Variabel Operasional, dan Skala Pengukuran	55
3.2.1	Variabel Penelitian.....	55
3.2.2	Variabel Operasional.....	56
3.2.3	Skala Pengukuran.....	57
3.3	Tahapan Penelitian.....	58
3.4	Populasi dan Sampel.....	60
3.4.1	Populasi.....	60
3.4.2	Sampel.....	60
3.4.3	Teknik Sampling.....	61
3.5	Pengumpulan Data.....	61
3.5.1	Data Primer	61
3.5.2	Data Sekunder.....	62

3.5.3	Teknik Pengumpulan Data.....	62
3.6	Teknik Pengujian Data.....	62
3.6.1	Uji Validitas.....	62
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	66
3.7	Teknik Analisis Data.....	68
3.7.1	Analisis Deskriptif.....	68
3.7.2	Method of Successive Interval (MSI)	70
3.7.3	Uji Asumsi Klasik.....	71
3.7.4	Analisis Linier Regresi Berganda.....	72
3.7.5	Pengujian Hipotesis.....	73
3.7.6	Koefisien Determinasi.....	74
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		75
4.1	Karakteristik Responden.....	75
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	75
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	76
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Perkawinan.....	77
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	78
4.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan per Bulan.....	79
4.1.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaam.....	80
4.2	Hasil Penelitian.....	81
4.2.1	Analisis Deskriptif.....	81
4.2.2	Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Produk (X_1).....	81

4.2.3	Tanggapan Responden Mengenai Promosi (X_2).....	98
4.2.4	Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian (Y).....	109
4.2.5	Analisis Kuantitatif.....	119
4.2.6	Uji Hipotesis.....	124
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian.....	131
4.3.1	Kualitas Produk.....	131
4.3.2	Promosi.....	132
4.3.3	Keputusan Pembelian.....	132
4.3.4	Pengaruh Kualitas Produk (X_1) dan Promosi (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	133
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		134
5.1	Kesimpulan.....	134
5.2	Saran.....	135
5.2.1	Bagi Perusahaan.....	135
5.2.2	Bagi Peneliti Lainnya.....	135
DAFTAR PUSTAKA.....		136
LAMPIRAN.....		139