

DAFTAR ISI

| | |
|---|-----------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PENGESAHAN | ii |
| HALAMAN PERNYATAAN | iii |
| LEMBAR PERSEMBAHAN | iv |
| KATA PENGANTAR..... | v |
| ABSTRAK..... | vii |
| ABSTRACT | ix |
| DAFTAR ISI..... | xi |
| DAFTAR TABEL | xv |
| DAFTAR GAMBAR..... | xv |
| i | |
| DAFTAR LAMPIRAN | xi |
| x | |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian | 1 |
| 1.1.1 Wingman Denim..... | 2 |
| 1.1.2 Visi Dan Misi Wingman Denim..... | 2 |
| 1.1.3 Logo Wingman Denim..... | 2 |
| 1.1.4 Produk | 3 |
| 1.1.5 Struktur Organisasi | 5 |
| 1.2 Latar Belakang | 6 |
| 1.3 Rumusan Masalah | 13 |
| 1.4 Tujuan Penelitian | 13 |
| 1.5 Kegunaan Penelitian..... | 13 |
| 1.6 Sistematika Penulisan..... | 14 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 15 |
| 2.1 Tinjauan Pustaka | 15 |
| 2.1.1 Pengertian Pemasaran | 15 |

| | | |
|--|---|-----------|
| 2.1.2 | Pengertian Manajemen Pemasaran | 16 |
| 2.1.3 | Bauran Pemasaran..... | 16 |
| 2.2 | Produk..... | 19 |
| 2.2.1 | Pengertian Produk..... | 19 |
| 2.2.2 | Klasifikasi Produk | 19 |
| 2.2.3 | Tingkatan Produk..... | 20 |
| 2.2.4 | Kualitas Produk | 20 |
| 2.2.5 | Pengukuran Kualitas Produk | 21 |
| 2.3 | Harga | 22 |
| 2.3.1 | Pengertian Harga | 22 |
| 2.3.2 | Dimensi dan Indikator Harga | 24 |
| 2.3.3 | Peranan Harga | 25 |
| 2.4 | Perilaku Konsumen | 26 |
| 2.4.1 | Pengertian Perilaku Konsumen | 26 |
| 2.4.2 | Keputusan Pembelian..... | 27 |
| 2.4.3 | Proses Keputusan Pembelian..... | 29 |
| 2.4.4 | Tahap-tahap Proses Keputusan Pembelian | 29 |
| 2.4.5 | Hubungan Antar Variabel Harga Dengan Keputusan Pembelian | 31 |
| 2.4.6 | Hubungan Kualitas Produk Dengan Keputusan Pembelian | 31 |
| 2.4.7 | Hubungan Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian..... | 32 |
| 2.5 | Penelitian Terdahulu | 32 |
| 2.6 | Kerangka Pemikiran..... | 36 |
| 2.7 | Hipotesis Penelitian..... | 38 |
| BAB III METODE PENELITIAN | | 39 |
| 3.1 | Jenis Penelitian..... | 39 |
| 3.2 | Variabel Operasional dan Skala Pengukuran | 39 |
| 3.2.1 | Variabel Operasional | 38 |
| 3.2.2 | Skala Pengukuran | 43 |

| | | |
|-------|--------------------------------|----|
| 3.3 | Tahapan Penelitian | 44 |
| 3.4 | Populasi dan Sampel | 45 |
| 3.4.1 | Populasi | 45 |
| 3.4.2 | Sampel..... | 45 |
| 3.4.3 | Teknik Pengambilan Sampel..... | 46 |
| 3.5 | Pengumpulan Data | 47 |
| 3.5.1 | Jenis Data | 47 |
| 3.5.2 | Teknik Pengumpulan Data..... | 48 |

| | | |
|---|--|-----------|
| 3.6 | Uji Validitas dan Reliabilitas | 49 |
| 3.6.1 | Uji Validitas..... | 49 |
| 3.6.2 | Uji Realibilitas | 50 |
| 3.7 | Teknik Analisis Data | 51 |
| 3.7.1 | Analisis Deskriptif | 51 |
| 3.8 | Uji Asumsi Klasik | 53 |
| 3.8.1 | Uji Normalitas | 53 |
| 3.8.2 | Uji Multikolinieritas..... | 53 |
| 3.9 | Uji Hipotesis (Uji T)..... | 54 |
| 3.10 | Koefisien Determinasi | 55 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | | 57 |
| 4.1 | Hasil Penelitian | 57 |
| 4.1.1 | Gambaran Umum Responden..... | 57 |
| 4.1.2 | Tanggapan mengenai Variabel Pengaruh Kualitas Produk | 63 |
| 4.1.3 | Tanggapan mengenai Variabel Pengaruh Harga | 72 |
| 4.1.4 | Tanggapan Mengenai Keputusan Pembelian (Y) | 76 |
| 4.2 | Uji Asumsi Klasik | 83 |
| 4.3 | Pengaruh Kualitas produk terhadap Keputusan pembelian Pada konsumen Wingman Denim Bandung | 88 |
| 4.4 | Pembahasan..... | 93 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | | 94 |
| 5.1 | Kesimpulan | 94 |
| 5.2 | Saran | 94 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 96 |
| LAMPIRAN | | 97 |