

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1 Latar Belakang.....	2
1.2 Perumusan Masalah	15
1.3 Tujuan Penelitian	15
1.4 Kegunaan Penelitian	16
1.4.1 Kegunaan Teoritis.....	16
1.4.2 Kegunaan Praktisi	16
1.5 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	18
2.1.1 Pemasaran.....	18
2.1.2 <i>Promotion Mix</i> (Bauran Promosi)	18
2.1.3 <i>Visual Merchandising</i> (Presentasi Produk)	20
2.1.4 <i>Price</i> (Harga produk)	22

2.1.5 Keputusan Pembelian.....	23
22 Penelitian Terdahulu	26
23 Kerangka Pemikiran	38
24 Hipotesis Penelitian	40
25 Ruang Lingkup Penelitian.....	41
BAB III METODE PENELITIAN	
31 Jenis Penelitian	42
32 Variabel Operasional	43
3.2.1 Skala Pengukuran	45
33 Tahapan Penelitian.....	46
34 Populasi dan Sampel.....	48
3.4.1. Populasi.....	48
3.4.2. Sampel.....	48
3.4.3. Teknik Sampling	49
35 Pengumpulan Data.....	49
3.5.1. Pengumpulan Data.....	49
3.5.2. Sumber Data	49
36 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	50
3.6.1 Uji Validitas.....	50
3.6.2 Uji Reliabilitas	53
37 Teknik Analisis Data	54
3.7.1 Analisis Deskriptif	54
3.7.2 <i>Methods Succesive Internal</i> (MSI)	56
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	57
3.7.3.1. Uji Normalitas.....	57
3.7.3.2. Uji Multikolinearitas	57
3.7.3.3. Uji Heteroskedastisitas	58

3.7.4 Analisis Regresi Linier Berganda	58
38 Uji Hipotesis.....	59
3.8.1 Uji T	59
3.8.1 Uji F	60
39 Koefisien Determinasi	61
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Karakteristik Responden.....	62
4.1.1 Karakteristik Responden berdasarkan jenis kelamin	63
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	63
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	64
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Per-Bulan.....	65
4.2 Hasil Penelitian	65
4.2.1 Analisis Deskriptif	65
4.2.2 Uji Asumsi Klasik	80
4.2.2.1. Uji Normalitas.....	80
4.2.2.2. Uji Multikolinieritas.....	82
4.2.2.3. Uji Heteroskedastisitas	83
4.2.3 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	84
4.2.4 Uji Hipotesis	85
4.2.4.1. Uji koefisien determinasi.....	85
4.2.4.2. Uji Regresi Simultan atau Serentak (Uji F).....	87
4.2.4.3. Uji Signifikansi Parsial (Uji T).....	87
4.3 Hasil Penelitian dan Pembahasan	89
4.3.1. Tanggapan Responden	89
4.3.2. Pembahasan Hipotesis.....	91
4.3.2.1. Pengaruh <i>Promotion Mix</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	91
4.3.2.2. Pengaruh <i>Visual Merchandising</i> terhadap Keputusan Pembelian	92

4.3.2.3. Pengaruh <i>Price</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	92
--	----

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	93
----------------------	----

5.2 Saran.....	94
----------------	----

DAFTAR PUSTAKA	96
----------------------	----

LAMPIRAN

