

DAFTAR ISI

| | |
|--|-----|
| COVER | |
| LEMBAR PENGESAHAN | i |
| LEMBAR PERNYATAAN | ii |
| ABSTRAK | iii |
| <i>ABSTRACT</i> | iv |
| KATA PENGANTAR | v |
| DAFTAR ISI..... | i |
| DAFTAR TABEL..... | iv |
| DAFTAR GAMBAR | v |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | vi |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian | 1 |
| 1.1.1. Profil Perusahaan H&M..... | 1 |
| 1.1.2. Sejarah Perusahaan H&M..... | 1 |
| 1.1.3. Logo Perusahaan | 3 |
| 1.1.4. Visi Misi H&M | 3 |
| 1.2. Latar Belakang Penelitian | 3 |
| 1.3. Identifikasi Masalah | 13 |
| 1.4. Tujuan Penelitian..... | 13 |
| 1.5. Sistematika Penulisan..... | 14 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 15 |
| 2.1. Tinjauan Pustaka Penelitian | 15 |
| 2.1.1. Pemasaran | 15 |
| 2.1.2. Kualitas Pelayanan | 17 |
| 2.1.3. Kualitas Produk..... | 18 |
| 2.1.4. Harga..... | 19 |
| 2.1.5. Keputusan Pembelian..... | 21 |
| 2.2. Penelitian Terdahulu..... | 23 |
| 2.3. Kerangka Pemikiran | 36 |
| 2.4. Hipotesis Penelitian | 41 |
| 2.5. Ruang Lingkup Penelitian | 41 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN..... | 42 |
| 3.1. Jenis Penelitian | 42 |

| | | |
|---|---|----|
| 3.2. | Variabel Penelitian, Variabel Operasional, dan Skala Pengukuran | 42 |
| 3.2.1. | Variabel Penelitian | 42 |
| 3.2.2. | Variabel Operasional..... | 42 |
| 3.2.3. | Skala Pengukuran..... | 47 |
| 3.3. | Tahapan Penelitian | 47 |
| 3.4. | Populasi, Sampel, dan Metode Pengambilan Sampel | 49 |
| 3.4.1. | Populasi..... | 49 |
| 3.4.2. | Sampel..... | 49 |
| 3.4.3. | Teknik Sampling | 50 |
| 3.5. | Sumber Data | 51 |
| 3.6. | Teknik Pengumpulan Data | 51 |
| 3.7. | Uji Validitas dan Reliabilitas | 52 |
| 3.7.1. | Uji Validitas | 52 |
| 3.7.2. | Uji Reliabilitas | 54 |
| 3.8. | Teknik Analisis Data | 56 |
| 3.8.1. | Analisis Deskriptif | 56 |
| 3.8.2. | <i>Method Succesive Interval</i> (MSI)..... | 57 |
| 3.8.3. | SPSS (<i>Statistical Package for Social Sciences</i>)..... | 58 |
| 3.8.4. | Uji Asumsi Klasik..... | 58 |
| 3.9.1. | Analisis Regresi Linier Berganda | 61 |
| 3.9.2. | Uji F (Pengujian Hipotesis Secara Simultan) | 61 |
| 3.9.3. | Uji t (Pengujian Hipotesis Secara Parsial) | 62 |
| 3.9.4. | Uji Koefisien Determinasi dan Korelasi | 62 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | | 64 |
| 4.1. | Pengumpulan Data | 64 |
| 4.2. | Karakteristik Responden | 64 |
| 4.3. | Analisis Deskriptif..... | 67 |
| 4.3.1. | Variabel Service Quality | 67 |
| 4.3.2. | Variabel Product Quality..... | 71 |
| 4.3.3. | Variabel Harga | 74 |
| 4.3.4. | Variabel Keputusan Pembelian | 76 |
| 4.4. | Hasil Penelitian..... | 81 |
| 4.4.1. | Uji Asumsi Klasik..... | 81 |
| 4.4.2. | Uji Regresi Linear Berganda..... | 86 |
| 4.4.3. | Uji F | 87 |

| | | |
|---------------------------------|---|------|
| 4.4.4. | Uji t | 89 |
| 4.4.5. | Uji Koefisien Determinasi dan Korelasi | 91 |
| 4.4. | Pembahasan | 94 |
| 4.4.1. | Hasil Analisis Deskriptif <i>Service Quality</i> (X1)..... | 94 |
| 4.4.2. | Hasil Analisis Deskriptif <i>Product Quality</i> (X2)..... | 95 |
| 4.4.3. | Hasil Analisis Deskriptif Harga (X3)..... | 96 |
| 4.4.4. | Hasil Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian (Y) | 97 |
| 4.4.5. | Analisis Pengaruh Antara <i>Service Quality</i> , <i>Product Quality</i> , dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian | 98 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN..... | | 101 |
| 5.1. | Kesimpulan..... | 101 |
| 5.1. | Saran | 103 |
| 5.2.1. | Saran Bagi Perusahaan | 103 |
| 5.2.2. | Saran Bagi Peneliti Selanjutnya | 104 |
| DAFTAR PUSTAKA | | viii |
| LAMPIRAN..... | | x |