

DAFTAR ISI

COVER

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT.....	vii
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	16
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	16
1.1.1 Visi dan Misi Perusahaan.....	17
1.1.2 Logo Perusahaan.....	19
1.2 Latar Belakang Penelitian	20
1.3 Rumusan Masalah	27
1.4 Tujuan Penelitian.....	27
1.5 Kegunaan Penelitian.....	28
1.6 Batasan Penelitian	28
1.7 Sistematika Penulisan.....	29
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	30
2.1 Tinjauan Pustaka	30
2.1.1 Pemasaran	30
2.1.2 Manajemen Pemasaran	30
2.1.3 Bauran Pemasaran.....	31
2.1.4 Kualitas Produk.....	32
2.1.5 Harga.....	33
2.1.6 Keputusan Pembelian.....	35
2.2 Hubungan Antar Variabel	36
2.2.1 Hubungan Kualitas Produk dan Harga	36
2.2.2 Hubungan Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian	37

2.2.3	Hubungan Harga dan Keputusan Pembelian	38
2.3	Penelitian Terdahulu	39
2.4	Kerangka Pemikiran.....	46
2.5	Hipotesis Penelitian.....	49
2.6	Ruang Lingkup Penelitian.....	49
BAB III	METODE PENELITIAN	50
3.1	Jenis Penelitian.....	50
3.2	Variabel Operasional dan Skala Pengukuran	50
3.2.1	Variabel Operasional	50
3.2.2	Skala Pengukuran.....	53
3.3	Tahapan Penelitian	54
3.4	Populasi dan Sampel	55
3.4.1	Populasi.....	55
3.4.2	Sampel.....	56
3.5	Teknik Sampling	57
3.6	Pengumpulan Data	57
3.7	Teknik Pengumpulan Data	58
3.8	Uji Keabsahan Data.....	59
3.8.1	Uji Validitas	59
3.8.2	Uji Reliabilitas	61
3.9	Teknik Analisis Data.....	62
3.9.1	Analisis Deskripsi	62
3.9.2	Regresi Linier Berganda	63
3.10	Uji Asumsi Klasik.....	64
3.10.1	Uji Normalitas.....	64
3.10.2	Uji Heteroskedastisitas.....	64
3.11	Pengujian Hipotesis.....	65
3.11.1	Uji t	65
3.11.2	Uji f	66
3.11.3	Koefisien Determinasi	66
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	67
4.1	Analisis Karakteristik Responden	67
4.1.1	Jenis Kelamin.....	67
4.1.2	Usia	68

4.1.3	Pekerjaan.....	68
4.1.4	Pengeluaran Bulanan	69
4.2	Hasil Penelitian	69
4.2.1	Analisis Validitas	69
4.2.2	Analisis Reliabilitas	71
4.3	Analisis Deskriptif.....	72
4.3.1	Kualitas Produk Susu Bear Brand Nestle (X1).....	72
4.3.2	Harga Susu Bear Brand Nestle (X2).....	74
4.3.3	Keputusan Pembelian Susu Bear Brand Nestle (Y).....	75
4.4	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	76
4.4.1	Uji Normalitas.....	76
4.4.2	Uji Heteroskedastisitas.....	78
4.4.3	Uji Multikolinearitas	79
4.4.4	Uji Autokolerasi.....	79
4.5	Regresi Linier Berganda.....	80
4.5.1	Hasil Uji t.....	81
4.5.2	Hasil Uji f.....	82
4.6	Koefisien Determinasi.....	83
4.7	Hasil dan Pembahasann.....	84
4.7.1	Variabel Kualitas Produk (X1)	84
4.7.2	Variabel Harga (X2)	85
4.7.3	Variabel Keputusan Pembelian (Y)	85
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	87
5.1	Kesimpulan.....	87
5.2	Saran.....	88
	DAFTAR PUSTAKA.....	89
	Lampiran	92