

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profile Perusahaan Chatime.....	1
1.1.2 Profil Perusahaan KOI The.....	3
1.2 Latar Belakang	4
1.3 Rumusan Masalah.....	13
1.4 Tujuan Penelitian	14
1.5 Kegunaan Penelitian	14
1.6 Sistematika Penulisan	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1 Tinjauan Pustaka	16
2.1.1 Pemasaran.....	16
2.1.2 Manajemen Pemasaran	16
2.1.3 Bauran Pemasaran	17
2.1.4 Harga	17
2.1.5 Kualitas Produk	21
2.1.6 Perilaku Konsumen	24
2.1.7 Keputusan Pembelian	27
2.1.8 Hubungan antara Harga dan Keputusan Pembelian	29
2.1.9 Hubungan antara Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian	30
2.2 Penelitian Terdahulu	30
2.3 Kerangka Pemikiran	43
2.4 Hipotesis Penelitian	44

BAB III METODE PENELITIAN.....	46
3.1 Jenis Penelitian	46
3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	46
3.2.1 Operasi Variabel	46
3.2.2 Skala Pengukuran	49
3.3 Tahapan Penelitian	50
3.4 Populasi dan Sampel	51
3.4.1 Populasi	51
3.4.2 Sampel	51
3.5 Teknik Pengambilan Sampel.....	52
3.5.1 Data Primer.....	53
3.5.2 Data Sekunder	53
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	53
3.6.1 Uji Validitas	53
3.6.2 Uji Realiabilitas	58
3.7 Teknik Analisis Data	60
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	60
3.7.2 Uji Asumsi Klasik.....	62
3.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	63
3.7.4 Pengujian Hipotesis	64
BAB IV	67
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	67
4.1 Analisis Karakteristik Responden.....	67
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	67
4.1.2 Karakteristik Respoden Berdasarkan Umur	68
4.1.3 Karakterisitk Responden Bedasarkan Pekerjaan	68
4.1.4 Karakterisitk Responden Bedasarkan Pendapatan Perbulan	69
4.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	70
4.2.1 Hasil Uji Validitas.....	70
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas	74
4.3 Hasil Analisis Deskriptif	75
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik	88
4.4.1 Uji Normalitas	88
4.4.2 Uji Multikolinieritas	92

4.5 Analisis Regresi Linier Berganda	95
4.6 Pengujian Hipotesis	98
4.6.1 Hasil Uji Parsial (T).....	98
4.6.2 Uji F.....	99
4.6.3 Koefisien Determinasi	101
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian.....	102
4.7.1 Pembahasan Hasil Deskriptif	102
4.7.2 Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Chatime dan Koi The di Kota Bandung.....	104
4.7.3 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Chatime dan Koi The di Kota Bandung.....	105
4.7.4 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Chatime dan Koi The di Kota Bandung.....	105
BAB V	107
KESIMPULAN DAN SARAN.....	107
5.1 Kesimpulan.....	107
5.2 Saran	109
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan	110
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	110
DAFTAR PUSTAKA	112
DAFTAR LAMPIRAN.....	115