

DAFTAR ISI

MOTTO	iii
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PERBAIKAN UJIAN SKRIPSI	v
LEMBAR PENGESAHAN	vi
LEMBAR PERNYATAAN	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
DAFTAR ISI	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	4
C. Pembatasan Masalah	5
D. Rumusan Masalah	5
E. Tujuan Penelitian	5
F. Kegunaan Penelitian	5
BAB II KAJIAN TEORITIK	7
A. Deskripsi Konseptual	7
1. Strategi pemasaran (X_1)	7
2. Persepsi Kualitas Produk (X_2)	8
3. Keputusan Pembelian Y	10
B. Penelitian Yang Relevan	13
C. Kerangka Berpikir	15
D. Hipotesis Penelitian	16
BAB III METODE PENELITIAN	17
A. Metode Penelitian	17
B. Tempat dan Waktu Penelitian	17

C. Populasi dan Sampel.....	17
D. Teknik Pengumpulan Data.....	18
E. Teknik Analisis Data.....	23
1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	23
2. Uji Asumsi.....	24
a. Uji Normalitas.....	24
b. Uji Linearitas.....	24
c. Analisis Korelasi <i>Pearson Product Moment</i>	25
d. Analisis Korelasi Ganda (<i>Multiple Correlation</i>).....	25
F. Hipotesis Statistika.....	6
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	27
A. Deskripsi Data.....	27
B. Pengujian Prasyarat Analisis Data.....	29
1. Uji Normalitas Data.....	29
2. Uji Linearitas Data.....	29
C. Pengujian Hipotesis.....	30
1. Uji Analisis Korelasi <i>pearson Product Moment</i>	30
2. Uji Korelasi Berganda (<i>Mutiple Correlation</i>).....	33
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	33
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	39
A. Kesimpulan.....	39
B. Saran.....	40
DAFTAR PUSTAKA.....	41
LAMPIRAN.....	45
RIWAYAT HIDUP.....	62