

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRAK	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Kepuasan Konsumen.....	10
2.1.2 Konsep Keputusan Pembelian.....	10
2.1.3 Kualitas Produk.....	13
2.1.4 Persepsi Harga.....	14
2.1.5 Promosi	16
2.2 Pengaruh antar Variabel Penelitian	17
2.3.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	17
2.3.2 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	18
2.3.3 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	19
2.3.4 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen.....	20
2.3.5 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen.....	21
2.3.6 Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Konsumen	22
2.3.7 Pengaruh Keputusan Pembelian terhadap Kepuasan Konsumen.....	23

2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	24
BAB III METODE PENELITIAN.....	26
3.1 Jenis Penelitian	26
3.2 Populasi dan Sampel.....	26
3.2.1 Populasi	26
3.2.2 Sampel.....	27
3.3 Sumber dan Metode Pengumpulan Data	28
3.3.1 Sumber Data.....	28
3.3.2 Metode Pengumpulan Data	29
3.4 Definisi Operasional Variabel dan Indikator	29
3.5 Tehnik Analisis.....	31
3.5.1 Analisis Instrumen	31
3.5.1.1 Uji Validitas	31
3.5.1.2 Uji Reabilitas.....	32
3.5.2 Uji Asumsi Klasik	32
3.5.2.1 Uji Multikolinearitas	32
3.5.2.2 Uji Normalitas.....	33
3.5.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	33
3.5.3 Path Analysis.....	34
3.5.4 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Antar Variabel Penelitian.....	35
3.5.5 Uji Hipotesis.....	38
3.5.5.1 Uji F (Uji Model Regresi)	38
3.5.5.2 Uji T	39
3.6 Koefisien Determinasi	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	41
4.1. Gambaran Umum Responden.....	41
4.1.1 Jenis Kelamin Responden	41
4.1.2 Umur Responden.....	41
4.2. Analisis Kualitatif.....	43
4.2.1. Variabel Kualitas Produk (X1).....	43
4.2.2. Variabel Persepsi Harga (X2)	45
4.2.3. Variabel Keputusan Pembelian (Y1)	48
4.2.4. Variabel Kepuasan Konsumen (Y2)	49
4.3. Analisis Kuantitatif.....	51
4.3.1. Hasil Pengujian Validitas	51

4.3.2. Hasil Pengujian Reliabilitas	52
4.3.3. Uji Asumsi Klasik	53
4.3.3.1. Pengujian Normalitas	53
4.3.3.2. Pengujian Multikolinearitas	54
4.3.3.3. Pengujian Heteroskedastisitas	55
4.3.4. Analisis regresi linier berganda.....	57
4.3.5. Koefisien Determinasi.....	59
4.3.6. Pengujian Hipotesis (uji t).....	60
4.3.7. Analisis jalur (Path analysis).....	63
4.3.8. Sobel Test.....	65
4.4. Pembahasan	69
4.4.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	69
4.4.2 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	70
4.4.3 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	71
4.4.4 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen	72
4.4.5 Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Konsumen	74
4.4.6 Pengaruh Keputusan Pembelian terhadap Kepuasan Kosnumen	74
4.5. Pengaruh Langsung dan tidak Langsung.....	75
BAB VPENUTUP.....	77
5.1 Kesimpulan	77
5.2 Saran	78
DAFTAR PUSTAKA	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model Empirik	24
Gambar 3.1	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Kualitas Produk	36
Gambar 3.2	Pengaruh Langsung dan tidak Langsung Persepsi Harga	36
Gambar 3.3	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Promosi.....	37
Gambar 4.1	Uji Normalitas.....	54
Gambar 4.2	Uji Heteroskedastisitas.....	56
Gambar 4.3	Analisis jalur (Path analysis).....	64
Gambar 4.4	Uji mediasi kualitas produk terhadap kepuasan konsumen melalui keputusan pembelian.....	66
Gambar 4.5	Uji mediasi Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen melalui Keputusan Pembelian67	
Gambar 4.6	Uji mediasi promosi terhaap Kepuasan Konsumen melalui Keputusan Pembelian.....	68

DAFTAR TABEL

Tabel	3.1	Definisi Operasional Variabel.....	30
Tabel	4.1	Jenis Kelamin Responden	41
Tabel	4.2	Umur Responden.....	42
Tabel	4.3	Tingkat Profesi Responden	43
Tabel	4.4	Tanggapan Responden Tentang Variabel Kualitas Produk (X1)	44
Tabel	4.5	Tanggapan Responden Tentang Variabel Persepsi Harga (X2) .	45
Tabel	4.6	Tanggapan Responden Tentang Variabel Promosi (X3)	47
Tabel	4.7	Tanggapan Responden Tentang Variabel Keputusan Pembelian (Y)	48
Tabel	4.8	Tanggapan Responden Tentang Variabel Kepuasan Konsumen (Y2)	50
Tabel	4.9	Uji Validitas	52
Tabel	4.10	Hasil Uji Reliabilitas	53
Tabel	4.11	Uji Multikolinearitas	55
Tabel	4.12	Analisis Regresi Linier Berganda	57
Tabel	4.13	Hasil Uji Koefisien Determinasi	59
Tabel	4.14	Hasil Uji Koefisien Determinasi	59

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lampiran Kuesioner	83
Lampiran 2 Hasil SPSS	88