

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i	
SURAT PERNYATAAN	ii	
ABSTRAK	iii	
KATA PENGANTAR	v	
DAFTAR ISI	vii	
DAFTAR TABEL	x	
DAFTAR GAMBAR	xiii	
BAB I	PENDAHULUAN	
	1.1 Latar Belakang Penelitian	1
	1.2 Identifikasi Masalah	4
	1.3 Pembatasan Masalah	4
	1.4 Perumusan Masalah	5
	1.5 Maksud dan Tujuan Penelitian	5
	1.6 Kegunaan Penelitian	6
	1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian	7
BAB II	TINJAUAN PUSTAKA	
	2.1 Teori dan Konsep	8
	2.1.1 Manajemen	8
	2.1.2 Pemasaran	10
	2.1.3 Manajemen Pemasaran	12
	2.1.4 Kualitas produk	14
	2.1.5 Harga	18
	2.1.6 Keputusan Pembelian	29
	2.2 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis	36
	2.2.1 Kerangka pemikiran	36
	2.2.2 Studi empiris	38
	2.2.3 Hipotesis	39

BAB III	METODE PENELITIAN	
	3.1 Metode Penelitian	40
	3.2 Objek Penelitian	40
	3.3 Desain Penelitian	41
	3.4 Operasionalisasi Variabel Penelitian	42
	3.5 Populasi dan Sampel Penelitian	43
	3.5.1 Populasi	43
	3.5.2 Sampel	44
	3.6 Teknik pengumpulan	45
	3.7 Instrumen Penelitian	46
	3.7.1 Uji Validitas	47
	3.7.2 Uji Reabilitas	48
	3.7.3 Uji Normalitas	49
	3.8 Teknik Analisis Data	50
	3.9 Teknik Path analisis	51
	3.9.1 Koefisien Path	54
	3.9.2 Koefisien Determinasi	55
	3.10 Uji Hipotesis	55
	3.10.1 Uji Hipotesis Parsial (uji t)	55
	3.10.2 Uji Hipotesis Simultan (uji F)	56
Bab IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
	4.1 Analisis Deskriptif	59
	4.2 Hasil Penelitian	59
	4.2.1 Karakteristik Responden	60
	4.2.2 Tanggapan Responden	62
	4.2.2.1 Tanggapan Responden mengenai Kualitas Produk	62
	4.2.2.2 Tanggapan Responden mengenai Harga	68
	4.2.2.3 Tanggapan Responden mengenai Keputusan Pembelian	71
	4.2.3 Pengujian Instrumen Penelitian	76

4.2.3.1 Uji Validitas dan Uji Reabilitas	76
4.3 Analisis Verifikatif	80
4.3.1 Uji Normalitas	80
4.3.2 Analisis Jalur	81
4.3.3 Pengujian Hipotesis	84
4.3.3.1 Hipotesis analisis parsial (Uji t)	84
4.3.3.2 Hipotesis analisis simultan (Uji F)	86
4.4 Pembahasan	87
4.4.1 Pembahasan Analisis Deskriptif	87
4.4.2 Pembahasan Analisis Verifikatif	89
Bab V	
KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	90
5.2 Saran	91
Daftar Pustaka	93
Lampiran	

Daftar Tabel

Tabel 1.1	Survei Pendahuluan	1
Tabel 1.2	Brands Award Adult Diapers	3
Tabel 1.3	Waktu Penelitian	7
Tabel 3.1	Desain Penelitian	42
Tabel 3.2	Operasionalisasi Variabel	42
Tabel 3.3	Total Konsumen Selama 3 Bulan	44
Tabel 3.4	Pembobotan skala likert	47
Tabel 3.5	Sub struktural: Jalur X1 dan X2 terhadap Y	54
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan jenis kelamin	60
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan pengeluaran perbulan	60
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan pembelian produk Lifree	61
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan pembelian jumlah produk	61
Tabel 4.5	Tanggapan Responden mengenai Kualitas Produk	62
Tabel 4.6	Tanggapan Responden mengenai Kualitas Produk	63
Tabel 4.7	Tanggapan Responden mengenai Kualitas Produk	64
Tabel 4.8	Tanggapan Responden mengenai Kualitas Produk	64
Tabel 4.9	Tanggapan Responden mengenai Kualitas Produk	65

Tabel 4.10	Tanggapan Responden mengenai Kualitas Produk	66
Tabel 4.11	Tanggapan Responden mengenai Kualitas Produk	66
Tabel 4.12	Tanggapan Responden mengenai Kualitas Produk	67
Tabel 4.13	Tanggapan Responden mengenai Harga	68
Tabel 4.14	Tanggapan Responden mengenai Harga	69
Tabel 4.15	Tanggapan Responden mengenai Harga	69
Tabel 4.16	Tanggapan Responden mengenai Harga	70
Tabel 4.17	Tanggapan Responden mengenai Harga	71
Tabel 4.18	Tanggapan Responden mengenai Keputusan Pembelian	71
Tabel 4.19	Tanggapan Responden mengenai Keputusan Pembelian	72
Tabel 4.20	Tanggapan Responden mengenai Keputusan Pembelian	73
Tabel 4.21	Tanggapan Responden mengenai Keputusan Pembelian	73
Tabel 4.22	Tanggapan Responden mengenai Keputusan Pembelian	74
Tabel 4.23	Tanggapan Responden mengenai Keputusan Pembelian	75
Tabel 4.24	Tanggapan Responden mengenai Keputusan Pembelian	75
Tabel 4.25	Uji Validitas Kualitas Produk	77
Tabel 4.26	Uji Reabilitas Kualitas Produk	77
Tabel 4.27	Uji Validitas Harga	78

Tabel 4.28	Uji Reabilitas Harga	78
Tabel 4.29	Uji Validitas Keputusan Pembelian	79
Tabel 4.30	Uji Reabilitas Keputusan Pembelian	79
Tabel 4.31	Uji Normalitas Kolmogrov Smirnov	80
Tabel 4.32	Analisis Koefisien Korelasi Pearson	81
Tabel 4.33	Regresi Linear Berganda	82
Tabel 4.34	Ringkasan Koefisien Jalur	83
Tabel 4.35	Koefisien Determinasi Multiple	83
Tabel 4.36	Pengujian Hipotesis secara Parsial	85
Tabel 4.37	Pengujian Hipotesis secara Simultan	87

Daftar Gambar

Gambar 2.1	Tahap – tahap Pengambilan Keputusan Pembelian	34
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran	37
Gambar 3.1	Jalur X1 dan X2 terhadap Y	51
Gambar 4.1	Model Analisis Jalur	82
Gambar 4.2	Kurva Uji t	82
Gambar 4.3	Kurva Uji F	82