

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b>	
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b>	
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah .....	5
C. Rumusan Masalah.....	5
D. Tujuan Penelitian.....	5
E. Kegunaan Penelitian.....	6
F. Kerangka Pemikiran .....	7
G. Hipotesis .....	9
H. Hasil Penelitian Terdahulu .....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>11</b>
A. Manajemen .....	11
1. Pengertian Manajemen.....	11
2. Fungsi Mnajemen.....	11
B. Manajemen Pemasaran .....	13
1. Pengertian Pemasaran .....	13
2. Pengertian Manajemen Pemasaran .....	13
3. Konsep-Konsep Pemasaran.....	14
4. Fungsi Manajemen Pemasaran.....	15
C. Bauran Pemasaran .....	17
1. Pengertian Bauran Pemasaran.....	17
2. Pengertian Pemasaran .....	19
3. Unsur-Unsur Bauran Pemasaran .....	22

a. Produk ( <i>Product</i> ) .....	22
b. Harga ( <i>Price</i> ) .....	26
c. Promosi ( <i>Promotion</i> ) .....	30
d. Tempat ( <i>Place</i> ) .....	31
D. Keputusan Pembelian .....	33
1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	33
2. Proses Keputusan Pembelian .....	34
3. Konsep-konsem Keputusan Pembelian.....	36
4. Faktor-faktor Keputusan Pembelian .....	37
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>38</b>
A. Metode Penelitian.....	38
B. Populasi dan Sampel.....	39
1. Populasi.....	39
2. Sampel.....	39
C. Jenis Data.....	39
1. Jenis Data .....	39
a. Data Kualitatif .....	39
b. Data Kuantitatif .....	40
2. Sumber Data.....	40
a. Data Primer.....	40
b. Data Sekunder.....	40
D. Variabel Penelitian .....	40
1. Pengertian Variabel Penelitian .....	40
a. Variabel bebas (X) .....	41
b. Variabel terikat (Y) .....	41
2. Operasional Variabel.....	41
E. Teknik Pengumpulan Data .....	42
1. Studi Kepustakaan.....	43
2. Studi Lapangan.....	43
F. Analisis Data.....	43
1. Menentukan Nilai Angket.....	43

2. Uji Validitas .....	45
3. Uji Reliabilitas .....	46
4. Pengujian Hipotesis.....	47
a. Analisis Korelasi .....	47
b. Analisis Regresi Berganda .....	47
5. Uji Parsial (Uji T) .....	48
6. Uji Simultan (Uji F) .....	50
7. Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	51
G. Jadwal dan Tempat Penelitian .....	52
<b>BAB IV PEMBAHASAN .....</b>	<b>53</b>
A. Gambaran Umum Tempat Penelitian .....	53
1. Sejarah Matahari Department Store .....	53
2. Visi dan Misi Matahari Department Store .....	57
3. Struktur Organisasi Matahari Department Store .....	58
B. Karakteristik Profil Responden .....	61
1. Hasil Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	61
2. Hasil Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	62
3. Hasil Deskripsi Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan....	62
4. Hasil Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	63
C. Pengolahan Data .....	64
1. Tanggapan Responden Mengenai Harga (X1) .....	64
2. Tanggapan Responden Mengenai Promosi (Y) .....	68
3. Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian .....	73
D. Analisis Deskriptif Statistik.....	79
1. Variabel Harga (X1) .....	79
2. Variabel Promosi (X2) .....	80
3. Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	80
E. Pengelolaan Data Deskriptif.....	81
1. Tanggapan Responden Mengenai Harga .....	81
2. Tanggapan Responden Mengenai Promosi.....	83
3. Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian .....	85

F. Hasil Pengujian Instrumen Penelitian.....	86
1. Uji Validitas.....	86
2. Uji Reliabilitas.....	88
G. Hasil Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	90
1. Analisis Regresi Linear Berganda.....	90
2. Hasil Pengujian Hipotesis.....	92
1) Uji Parsial ( Uji T ) .....	92
a. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	92
b. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	92
2) Uji Simultas ( Uji F ) .....	95
3) Uji Determinasi ( Uji R <sup>2</sup> ) .....	97
H. Pembahasan Hasil Penelitian.....	98
1. Pembahasan Deskriptif.....	98
a. Variabel Harga (X1) .....	98
b. Variabel Promosi (X2) .....	99
c. Variabel Keputusan Pembelian .....	100
2. Pembahasan Verifikatif .....	100
a. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	101
b. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian .....	102
c. Pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian ...	103
<b>BAB V KESIMPULAN .....</b>	<b>105</b>
A. Kesimpulan.....	105
B. Saran .....	106
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	