# DAFTAR ISI

# DAFTAR ISI i

# DAFTAR TABEL iii

# DAFTAR GAMBAR iv

# BAB I PENDAHULUAN

## Latar Belakang 1

## Perumusan Masalah 5

## Tujuan Penelitian 5

## Manfaat Penelitian 5

## BAB II KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

## Landasan Teori 7

### Keputusan pembelian 7

### Harga 15

### Promosi 18

### Lokasi 21

## Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian 25

## Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian 26

## Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian 27

## Kerangka Konseptual 27

## BAB III METODE PENELITIAN

## Jenis penelitian 31

## Lokasi Penelitian 31

## Populasi dan Sampel 31

### Populasi 31

### Sampel 31

## Teknik Penarikan Sampel 32

## Jenis dan Sumber Data 32

### Jenis Data 32

### Sumber Data 33

## Definisi Operasional 33

### Variabel Dedependen 33

### Variabel Independen 33

### Skala Pengukuran Variabel 36

## Metode Analisis Data 36

### Metode TCR 36

### Uji Validitas dan Reliabilitas 37

#### 3.7.2.1. Uji Validitas 37

#### 3.7.2.2. Uji Reliabilitas 37

### Analisis Regresi Linier Berganda 38

## Pengujian hipotesis 38

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

* 1. Deskriptif Umum Penelitian 41

4.1.1 Profil Responden Berdasarkan Usia 41

4.1.2 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 42

4.1.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan 42

4.1.4 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan/Uang Saku Per Bulan 43

* 1. Uji Pembelajaran Frekuensi Instrumen Penelitian 44
     1. Frekuensi Jawaban Konsumen Terhadap Indikator

Pernyataan Variabel Harga Pernyataan Variabel Harga (X1) 44

* + 1. Frekuensi Jawaban Konsumen Terhadap Indikator

Pernyataan Variabel Promosi 45

* + 1. Frekuensi Jawaban Konsumen Terhadap Indikator

Pernyataan Variabel Lokasi 47

* + 1. Frekuensi Jawaban Konsumen Terhadap Indikator

Pernyataan Variabel Keputusan Pembelian 48

* 1. Pengujian Validitas, Reliabilitas 49

4.3.1 Uji Validitas 49

4.3.1.1.Uji Validitas Harga 49

4.3.1.2.Uji Validitas Promosi 50

4.3.1.3.Uji Validitas Lokasi 51

4.3.1.4 Uji Validitas Keputusan Pembelian 52

4.3.2 Uji Reliabilitas 52

* 1. Hasil Analisa Regresi Berganda 53
  2. Pengujian Hipotesa 54
     1. Uji Koefisien Determinasi (R2) 54
     2. Uji F-Statistik 55
     3. Uji Parsial Dengan T 55
  3. Pembahasan 56
     1. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembeli 56
     2. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembeli 59
     3. Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembeli 61

**BAB V PENUTUP**

* 1. Kesimpulan 64
  2. Keterbatasan Penelitian 64
  3. Saran 64

**DAFTAR PUSTAKA**

**DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Data Penjualan (Rupiah) 4

Tabel 2.1 Mapping Penelitian 28

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel 35

Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Usia 41

Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Gender 42

Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan 43

Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan/Uang Saku Per Bulan 44

Tabel 4.5 Frekuensi Jawaban Konsumen Terhadap Indikator 45

Tabel 4.6 Frekuensi Jawaban Konsumen Terhadap Indikator Pernyataan

Variabel Promosi (X2) 46

Tabel 4.7 Frekuensi Jawaban Konsumen Terhadap Indikator Pernyataan

Variabel Lokasi (X3) 47

Tabel 4.8 Frekuensi Jawaban Konsumen Terhadap Indikator Pernyataan

Variabel Keputusan Pembelian (Y) 48

Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Harga 50

Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi 50

Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi 51

Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian 52

Tabel 4.13 Hasil Uji Reabilitas 53

Tabel 4.14 Hasil Analisa Regresi 53

Tabel 4.15 Uji Koefisien Determinasi (R2) 54

Tabel 4.16 Hasil Pegujian Hipotesis 55

Tabel 4.17 Hasil Pegujian Hipotesis 56

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 9

Gambar 2.2 12