

DAFTAR ISI

COVER/HALAMAN MUKA	
LEMBAR PERSETUJUAN	
LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah	14
1.2.1 Identifikasi Masalah	14
1.2.2 Rumusan Masalah.....	15
1.3 Tujuan Penelitian	15
1.4 Manfaat Penelitian	16
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	16
1.4.2 Manfaat Praktis	16
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN	
HIPOTESIS	17
2.1 Kajian Pustaka	17
2.1.1 Teori Ilmu Manajemen	17
2.1.2 Kajian Manajemen Pemasaran.....	23
2.1.3 Kajian Variabel yang di teliti.....	30

2.1.4 Penelitian Terdahulu.....	44
2.2 Kerangka Pemikiran.....	47
2.2.1 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	47
2.2.2 Pengaruh Ulasan terhadap Keputusan Pembelian	48
2.2.3 Pengaruh Harga dan Ulasan Terhadap Keputusan Pembelian	50
2.3 Hipotesis Penelitian	52
BAB III METODE PENELITIAN	53
3.1 Metode Penelitian yang digunakan.....	53
3.2 Definisi dan Operasional Variabel.....	55
3.2.1 Definisi Variabel.....	55
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	56
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	57
3.3.1 Populasi.....	57
3.3.2 Sampel	59
3.4 Sumber dan Teknik Pengambilan Data.....	61
3.4.1 Sumber Data	61
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data.....	62
3.5 Teknik Analisis Data.....	63
3.5.1 Analisis Pengaruh Harga (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	64
3.5.2 Analisis Pengaruh Ulasan (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	66
3.5.3 Analisis Pengaruh Harga (X_1) dan Ulasan (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	69

3.6 Tempat dan Waktu Penelitian	73
3.6.1 Tempat Penelitian	73
3.6.2 Waktu Penelitian.....	73
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	75
4.1 Hasil Penelitian	75
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	75
4.1.2 Karakteristik Responden.....	81
4.1.3 Deskripsi Variabel yang Diteliti	84
4.1.4 Hasil Pengujian Hipotesis	127
4.2 Pembahasan.....	148
4.2.1 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pebelian.....	148
4.2.2 Pengaruh Ulasan Terhadap Keputusan Pembelian.....	152
4.2.3 Pengaruh Harga dan Ulasan Terhadap Keputusan Pembelian	157
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	162
5.1 Simpulan	162
5.2 Saran	163
DAFTAR PUSTAKA	165