

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PENELITIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN SEMINAR PROPOSAL	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTO.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRACT	viii
RINGKASAN.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	7
2.2 Landasan Teori	10
2.2.1 Strategi Pemasaran	10
2.2.2 Kualitas Produk.....	16
2.2.3 Keragaman Produk.....	10
2.2.4 Keputusan Pembelian	19

2.2.5 Hubungan Antara Strategi Promosi, Kualitas Produk Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian	21
2.3 Kerangka Berfikir	22
2.4 Hipotesis	24
BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1 Waktu Dan Lokasi	26
3.2 Jenis Penelitian	26
3.3 Teknik Penarikan Sampel.....	27
3.3.1 Populasi	27
3.3.2 Sampel	27
3.3.3 Teknik Sampling	29
3.4 Metode Pengumpulan Data	30
3.4.1 Sumber Data	30
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.5 Operasional Variabel.....	32
3.5.1 Variabel Penelitian	33
3.5.2 Variabel Bebas	33
3.5.3 Variabel Terikat.....	35
3.6 Metode Analisis Data.....	37
3.6.1 Uji Validitas Dan Reliabilitas	37
3.6.2 Uji Asumsi Klasik	40
3.6.3 Uji Regresi Linier Berganda	42
3.6.4 Uji Koefisien Determinan.....	43
3.6.5 Uji Hipotesis	43

3.7 Jadwal Penelitian	45
BAB IV KEADAAN UMUM DAERAH PENELITIAN	46
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	46
4.1.1 Sejarah singkat Toko Zam-Zam Shop Sugio	46
4.1.2 Visi dan Misi Toko Zam-Zam Shop.....	47
4.1.3 Struktur Kepengurusan Zam-Zam Shop.....	48
4.1.4 Produk-produk Zam-Zam- Shop.....	51
4.2 Strategi promosi perusahaan.....	52
4.3 penjualan perusahaan selama penelitian.....	52
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	54
5.1 Karakteristik Responden	55
5.2 Diskripsi Jawaban Responden	61
5.3 Analisis dan Interpretasi Data.....	64
5.3.1 Uji Validitas	64
5.3.2 Uji Reabilitas.....	66
5.3.3 Uji Asumsi Klasik	67
5.3.4 Uji Regresi Linear Berganda.....	72
5.3.5 Uji Koefisien Determinan	73
5.3.6 Uji Hipotesis	74
5.4 Pembahasan	77
5.4.1 pengaruh strategi promosi, kualitas produk dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian pada toko pakaian zam-zam shop Sugio	77

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	86
6.1 Kesimpulan.....	v86
6.2 Saran.....	87

DAFTAR TABEL

2.1 Matrik Penelitian Terdahulu	9
3.1 Skala Likert.....	32
3.2 Operasional Variabel.....	34
3.3 Jadwal Penelitian.....	45
5.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	55
5.2 karakteristik responden berdasarkan pendidikan	56
5.3 Karakteristik responden berdasarkan usia	57
5.4 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan	58
5.5 Karakteristik responden berdasarkan pendapatan.....	60
5.6 Jawaban responden terhadap variabel strategi promosi	61
5.7 Jawaban responden terhadap variabel kualitas produk	62
5.8 Jawaban responden terhadap variabel keragaman produk	63
5.9 Jawaban responden terhadap variabel keputusan pembelian.....	64
5.10 Hasil uji validitas.....	65
5.11 Hasil uji reabilitas.....	66
5.12 Kolmogorof smirnov	67
5.13 Uji multikolinieritas.....	69
5.14 Uji heteroskedastisitas (uji gleser)	71
5.15 Uji analisis regresi linier berganda.....	72
5.16 Uji koefesien determinasi	74
5.17 Uji t.....	75
5.18 Uji f	77

DAFTAR GAMBAR

2.1 Kerangka Berfikir	21
3.1 Grafik Uji Normalitas	40
3.2 Grafik Uji Heteroskedastisitas	42
5.1 Diagram karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	55
5.2 Diagram karakteristik responden berdasarkan pendidikan	56
5.3 Diagram karakteristik responden berdasarkan usia	57
5.4 Diagram karakteristik responden berdasarkan pekerjaan.....	59
5.5 Diagram karakteristik responden berdasarkan pendapatan	60
5.6 Grafik normal probability.....	68
5.7 Grafik uji heterokadasitas	70