

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xiii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xiv</b>

### **BAB I PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Batasan Masalah.....	7
1.4 Tujuan .....	7
1.5 Manfaat Penelitian .....	8

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

2.1 Penelitian Terdahulu .....	9
2.2 Landasan Teori.....	10
2.2.1 Keputusan Pembelian .....	10
2.2.2 Persepsi Harga .....	13
2.2.3 Keragaman Produk .....	15
2.3 Hubungan Antar Variabel .....	17
2.3.1 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	17
2.3.2 Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	17
2.4 Kerangka Konseptual .....	18
2.5 Hipotesis.....	18

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1 Rancangan Penelitian .....	19
--------------------------------	----

3.2 Lokasi, Obyek dan Waktu Penelitian.....	20
3.3 Definisi Operasional.....	20
3.4 Skala pengukuran .....	23
3.5 Penentuan Populasi dan Sampel.....	24
3.5.1 Populasi .....	24
3.5.2 Sampel .....	24
3.6 Jenis, Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data .....	25
3.6.1 Jenis Data .....	25
3.6.2 Metode Pengumpulan Data .....	26
3.7 Uji Instrumen .....	27
3.7.1 Uji Validitas .....	27
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	28
3.8 Teknik Analisis data.....	29
3.8.1 Analisa Deskriptif.....	29
3.8.2 Analisis Regresi Berganda .....	30
3.8.3 Uji Asumsi Klasik .....	31
3.8.4 Uji Signifikansi Parsial (Uji t).....	34
3.8.5 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	35

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN**

4.1 Gambaran Umum, Lokasi dan Obyek Penelitian.....	36
4.1.1 Sejarah Perusahaan.....	36
4.1.2 Visi dan Misi .....	38
4.1.3 Struktur Organisasi Optik Gelora Cukir.....	38
4.2 Analisis Data .....	39
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden .....	39
4.3 Analisis Deskriptif .....	43
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	45
4.4.1 Uji Normalitas .....	45
4.4.2 Uji multikolinieritas.....	47
4.4.3 Uji Heteroskedastistas .....	48
4.4.4 Uji Autokorelasi .....	49
4.5 Regresi Linier Berganda .....	51

4.6 Uji Signifikansi Parsial (Uji t) .....	52
4.7 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	53
4.8 Pembahasan.....	54
4.8.1 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	54
4.8.2 Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	54

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan .....	57
5.2 Saran.....	57

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**