

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Persetujuan Pembimbing.....	ii
Halaman Pengesahan.....	iii
Halaman Motto dan Persembahan.....	iv
Pernyataan Keaslian Karya.....	v
ABSTRAKSI.....	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat penelitian.....	8
E. Sistematika Penulisan.....	9
BAB II LANDASAN TEORI.....	11
A. Produk	11
1. Definisi Produk	11
2. Tingkat Produk : Hierarki Nilai Pelanggan	12
3. Klasifikasi Produk.....	13
4. Hierarki Produk.....	20
5. Keputusan Produk dan Jasa Individual	21
B. Iklan.....	23
1. Fungsi Periklanan.....	25

2. Ciri-ciri Khas Periklanan	25
3. Tipe Periklanan	26
4. Tujuan Periklanan	27
5. Mengembangkan dan Mengelola Program Periklanan	29
6. Jenis-Jenis periklanan.....	31
7. Strategi Periklanan	32
C. Harga	33
D. Keputusan Pembelian	33
E. Hipotesis.....	39
BAB III METODE PENELITIAN	40
A. Jenis Penelitian.....	40
B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	40
C. Ukuran Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel	45
D. Jenis dan Sumber Data	47
E. Teknik Analisis Data.....	47
1. Analisis Kuantitatif	47
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	53
A. Deskriptif Profil Responden	53
B. Uji Validitas.....	55
C. Uji Reliabilitas	57
D. Analisis Deskriptif	58
E. Analisis pengaruh Produk, Harga, dan Iklan terhadap keputusan pembelian <i>United Bike</i> di Palembang	60
F. Uji Koefisien Determinasi	61
G. Uji F.....	62
H. Uji T	63
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	65
A. Simpulan.....	65
B. Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA	67

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Sepeda <i>United</i> dengan merek lain.....	5
Tabel 1.2 Daftar Harga Sepeda <i>United</i>	6
Tabel 1.3 Perbandingan masing-masing kualitas produk dengan competitor.....	6
Tabel 2.1 Berbagai Kemungkinan Tujuan Periklanan.....	26
Tabel 3.1 Definisi Operasional	40
Tabel 4.1 Identitas Responden	48
Tabel 4.2 Hasil Pengujian Validitas Produk	50
Tabel 4.3 Hasil Pengujian Validitas Harga	51
Tabel 4.4 Hasil Pengujian Validitas Iklan.....	51
Tabel 4.5 Hasil Pengujian Reliabilitas	52
Tabel 4.6 Analisis Deskriptif Jawaban Responden	53
Tabel 4.7 Analisis Regresi Berganda	55
Tabel 4.8 Uji Koefisien Determinasi	56
Tabel 4.9 Uji F	57
Tabel 4.10 Uji T	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Lima Tingkatan Produk.....	13
Gambar 2.2 Lima M Iklan.....	28
Gambar 2.3 Proses Pembelian Konsumen.....	33

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Data Mentah Excel	63
Lampiran 2 Output SPSS.....	67
Lampiran 3 Kuesioner	72
Lampiran 4 Tabel r.....	77
Lampiran 5 Tabel t.....	78
Lampiran 6 Tabel f.....	80