

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Perumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Kegunaan Penelitian	6
BAB II TINJAUAN KEPUSTAKAAN	7
2.1. Landasan Teori	7
2.1.1. Pengertian Lokasi	7
2.1.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Lokasi	7
2.1.3. Indikator Lokasi	9
2.1.4. Pengertian Promosi	10
2.1.5. Tujuan Promosi	10
2.1.6. Indikator Promosi	11
2.1.7. Pengertian Persepsi Harga	12
2.1.8. Indikator Persepsi Harga	13
2.1.9. Pengertian Keputusan Pembelian	14
2.1.10. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	14
2.1.11. Indikator Keputusan Pembelian	17
2.2. Penelitian Terdahulu.....	18
2.3. Kerangka Berfikir	22
2.4. Hipotesis	23
BAB III METODE PENELITIAN	24
3.1. Ruang Lingkup dan Lokasi Penelitian	24
3.2. Jenis dan Sumber Data	24
3.3. Populasi dan Sampel	25
3.4. Metode Pengumpulan Data	27
3.5. Metode Analisis Data	28
3.6. Definisi Operasional Variabel Penelitian	37

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
4.1. Gambaran Umum Toko RM	39
4.2. Hasil Penelitian	40
4.2.1. Karakteristik Responden	40
4.2.2. Identifikasi Variabel Penelitian	42
4.2.3. Hasil Uji Asumsi Klasik	50
4.2.4. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	52
4.2.5. Hasil Analisis Koefisien Determinasi	54
4.2.6. Hasil Uji t	54
4.2.5. Hasil Uji F	55
4.3. Pembahasan	56
4.3.1. Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko RM di Kota Langsa	56
4.3.2. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko RM di Kota Langsa	56
4.3.3. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko RM di Kota Langsa	57
4.3.4. Pengaruh Lokasi, Promosi dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko RM di Kota Langsa	58
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	 59
5.1. Kesimpulan	59
5.2. Saran	59
 DAFTAR PUSTAKA	 61

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas.....	29
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Reliabilitas	31
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel	37
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	41
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	41
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	42
Tabel 4.4 Tanggapan Responden pada Variabel Lokasi	43
Tabel 4.5 Tanggapan Responden pada Variabel Promosi	45
Tabel 4.6 Tanggapan Responden pada Variabel Persepsi Harga.....	47
Tabel 4.7 Tanggapan Responden pada Variabel Keputusan Pembelian	49
Tabel 4.8 Nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF)	51
Tabel 4.9 Analisis Regresi Linier Berganda	53
Tabel 4.10 Analisis Koefisien Determinasi	54
Tabel 4.11 Uji F	55

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	22
Gambar 4.1 Normal Probability Plot	50
Gambar 4.2 Scatter Plot	52

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner	64
Lampiran 2 Skor Kuesioner	69
Lampiran 3 Uji Validitas dan Reliabilitas	72
Lampiran 4 Uji Asumsi Klasik	78
Lampiran 5 Analisis Regresi Linier Berganda	80
Lampiran 6 Data R Tabel	81
Lampiran 7 Dokumentasi	82
Lampiran 8 Daftar Riwayat Hidup	83