

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
RIWAYAT HIDUP.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
MOTTO.....	vii
ABSTRAK.....	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup Penelitian	7
1.3 Rumusan Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
1.6 Sistematika Penelitian.....	9
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Keputusan Pembelian	11
2.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian	11
2.1.2 Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian	12
2.2 Harga	15
2.2.1 Definisi Harga	15
2.2.2 Tujuan Penetapan Harga	16
2.2.3 Dimensi dan Indikator Harga	17
2.2.4 Faktor Yang Mempengaruhi Harga	19
2.3 Pelayanan	20
2.3.1 Pengertian Pelayanan	20
2.3.2 Dimensi dan Indikator Pelayanan	21
2.3.3 Strategi Meningkatkan Pelayanan	22
2.3.4 Faktor Penyebab Kurangnya Pelayanan	24
2.4 Penelitian Terdahulu.....	25
2.5 Kerangka Pemikiran.....	26
2.6 Pengembangan Hipotesis.....	27
2.6.1 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	27
2.6.2 Pengaruh Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	28
2.6.3 Pengaruh Harga dan Pelayanan Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian	28

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Sumber Data.....	29
3.1.1	Data Primer	29
3.1.2	Data Sekunder	29
3.2	Metode Pengumpulan Data.....	29
3.3	Populasi dan Sampel.....	30
3.3.1	Populasi	30
3.3.2	Sampel	30
3.4	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	31
3.4.1	Variabel Penelitian	31
3.4.2	Operasional Variabel Penelitian	31
3.5	Uji Persyaratan Instrumen.....	33
3.5.1	Uji Validitas	33
3.5.2	Uji Reliabilitas.....	34
3.6	Uji Hipotesis.....	34
3.6.1	Regresi Linier Berganda.....	34
3.6.2	Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t).....	35
3.6.3	Uji Kelayakan Model (Uji F).....	35

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Deskripsi Responden	36
4.2	Uji Validitas dan Reliabilitas	38
4.2.1	Uji Validitas	38
4.2.2	Uji Reliabilitas	41
4.3	Analisis Data	42
4.3.1	Statistik Deskriptif	42
4.3.2	Analisis Deskriptif Berdasarkan Indikator Variabel	47
4.3.3	Pengujian Asumsi Klasik	52
4.3.4	Pengujian Hipotesis	55
4.4	Pembahasan	58
4.4.1	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	58
4.4.2	Pengaruh Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian ...	60

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

4.1	Simpulan	64
4.2	Keterbatasan Penelitian	64
4.3	Saran	64

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Data Penjualan Hijrah Muslim Store Tahun 2020-2021 (dalam ribuan)	2
1.2 Persepsi Konsumen Tentang Harga di Hijrah Muslim Store	5
1.3 Persepsi Konsumen Tentang Pelayanan di Hijrah Muslim Store	6
2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	25
3.1 Definisi Operasional Variabel	32
4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
4.2 Data Responden Berdasarkan Usia	36
4.3 Data Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	37
4.4 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan	37
4.5 Uji Validitas Keputusan Pembelian	39
4.6 Uji Validitas Harga	40
4.7 Uji Validitas Pelayanan	40
4.8 Uji Reliabilitas	41
4.9 <i>Descriptive Statistics</i>	42
4.10 Keputusan Pembelian	43
4.11 Harga	44
4.12 Pelayanan	44
4.13 Distribusi Data Keputusan Pembelian Berdasarkan Indikator	48
4.14 Distribusi Data Harga Berdasarkan Indikator	50
4.15 Distribusi Data Pelayanan Berdasarkan Indikator	51
4.16 <i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>	53
4.17 Hasil Uji Multikolinearitas	55
4.18 <i>Coefficients</i>	56
4.19 <i>Model Summary</i>	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar		Halaman
2.1	Kerangka Pikir Penelitian	26
4.1	Jawaban Responden Tentang Keputusan Pembelian	45
4.2	Jawaban Responden Tentang Harga	46
4.3	Jawaban Responden Tentang Pelayanan	47
4.4	Hasil Uji Heterokedastisitas dengan Scatterplot	54