# DAFTAR ISI

[ABSTRAK i](#_Toc83498583)

[KATA PENGANTAR ii](#_Toc83498584)

[DAFTAR ISI iv](#_Toc83498585)

[DAFTAR TABEL viii](#_Toc83498586)

DAFTAR GAMBAR x

[BAB I 1](#_Toc83498587)

[PENDAHULUAN 1](#_Toc83498588)

[1.1 Latar Belakang Masalah 1](#_Toc83498589)

[1.2 Identifikasi Masalah 6](#_Toc83498590)

[1.3 Batasan Masalah 6](#_Toc83498591)

[1.4 Rumusan Masalah 7](#_Toc83498592)

[1.5 Tujuan Penelitian 7](#_Toc83498593)

[1.6 Manfaat Penelitian 8](#_Toc83498594)

[1. Bagi Perusahaan 9](#_Toc83498595)

[2. Bagi Akademik 9](#_Toc83498596)

[3. Bagi Peneliti 9](#_Toc83498597)

[BAB II 10](#_Toc83498598)

[TINJAUAN PUSTAKA 10](#_Toc83498599)

[2.1 Pemasaran 10](#_Toc83498600)

[2.1.1 Pengertian Pemasaran 10](#_Toc83498601)

[2.2 Unsur-Unsur *Marketing Mix* 11](#_Toc83498603)

[2.2.1 Produk (*Product*) 11](#_Toc83498604)

[2.2.2 Harga (*Price*) 12](#_Toc83498605)

[2.2.3 Saluran Distribusi (*place*) 13](#_Toc83498606)

[2.2.4 Promosi (*promotion*) 14](#_Toc83498607)

[2.3 Keputusan Pembelian 15](#_Toc83498608)

[2.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian 15](#_Toc83498609)

[2.3.2 Peran Dalam Pembelian 16](#_Toc83498610)

[2.3.3 Jenis-Jenis Perilaku Pembelian 17](#_Toc83498611)

[2.3.4 Proses Keputusan Pembelian 19](#_Toc83498612)

[2.3.5 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian 21](#_Toc83498614)

[2.3.6 Indikator Keputusan Pembelian 22](#_Toc83498615)

[2.4 Penelitian Terdahulu 24](#_Toc83498616)

[2.5 Kerangka Konseptual 26](#_Toc83498617)

[2.6 Hipotesis 27](#_Toc83498618)

[BAB III 28](#_Toc83498619)

[METODOLOGI PENELITIAN 28](#_Toc83498620)

[3.1 Desain Penelitian 28](#_Toc83498621)

[3.2 Populasi Dan Sampel 28](#_Toc83498622)

[3.2.1 Populasi 28](#_Toc83498623)

[3.2.2 Sampel 29](#_Toc83498624)

[3.3 Lokasi Dan Waktu Penelitian 30](#_Toc83498625)

[3.3.1 Lokasi Penelitian 30](#_Toc83498626)

[3.3.2 Waktu Penelitian 31](#_Toc83498627)

[3.4 Variabel Dan Indikator 31](#_Toc83498628)

[3.4.1 Variabel Penelitian 31](#_Toc83498629)

[3.4.2 Indikator Penelitian 32](#_Toc83498630)

[3.5 Instrumen Penelitian 33](#_Toc83498631)

[3.6 Teknik Pengumpulan Data 34](#_Toc83498632)

[3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas 35](#_Toc83498633)

[3.7.1 Uji Validitas 35](#_Toc83498634)

[3.7.2 Uji reliabilitas 38](#_Toc83498635)

[3.8 Teknik Analisis Data 39](#_Toc83498636)

[3.8.1 Uji Asumsi Klasik 39](#_Toc83498637)

[3.8.2 Uji Normalitas 39](#_Toc83498638)

[3.8.3 Uji Heteroskedastisitas 40](#_Toc83498639)

[3.8.4 Uji Multikolinearitas 40](#_Toc83498640)

[3.8.5 Analisis Regresi Linear Berganda 41](#_Toc83498641)

[3.8.6 Uji Parsial (Uji t) 41](#_Toc83498642)

[3.8.7 Uji F (Simultan) 42](#_Toc83498643)

[3.8.8 Koefisien Determinasi (R2) 43](#_Toc83498644)

[BAB IV 44](#_Toc83498645)

[HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 44](#_Toc83498646)

[4.1 Gambaran Umum PT. Health Wealth International 44](#_Toc83498647)

[4.1.1 Sejarah Singkat PT. Health Wealth International 44](#_Toc83498648)

[4.1.2 Sejarah Singkat Desa Marindal I 48](#_Toc83498649)

[4.1.3 Visi Dan Misi PT. Health Wealth International 49](#_Toc83498650)

[4.1.4 Visi Dan Misi Desa Marindal I 49](#_Toc83498651)

[4.2 Hasil Penelitian 50](#_Toc83498652)

[4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden 50](#_Toc83498653)

[4.2.2 Deskripsi Jawaban Responden 52](#_Toc83498654)

[4.3 Uji Reliabilitas 73](#_Toc83498681)

[4.4 Uji Asumsi Klasik 74](#_Toc83498682)

[4.4.1 Uji Normalitas 74](#_Toc83498683)

[4.4.2 Uji Heteroskedastisitas 76](#_Toc83498686)

[4.4.3 Uji Multikolinieritas 77](#_Toc83498687)

[4.5 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda 78](#_Toc83498688)

[4.6 Hasil Pengujian Hipotesis 80](#_Toc83498689)

[4.6.1 Uji Parsial (Uji t) 80](#_Toc83498690)

[4.6.2 Uji F (Uji Simultan) 81](#_Toc83498692)

[4.7 Uji Koefisien Determinasi (R2) 82](#_Toc83498695)

[4.8 Pembahasan 83](#_Toc83498697)

[4.8.1 Pengaruh Produk Terhadap keputusan pembelian konsumen 83](#_Toc83498698)

[4.8.2 Pengaruh Harga Terhadap keputusan pembelian konsumen 84](#_Toc83498699)

[4.8.3 Pengaruh Distribusi Terhadap keputusan pembelian konsumen 84](#_Toc83498700)

[4.8.4 Pengaruh Promosi Terhadap keputusan pembelian konsumen 84](#_Toc83498701)

[4.8.5 Pengaruh *Marketing Mix* Terhadap keputusan pembelian konsumen 85](#_Toc83498702)

[BAB V 86](#_Toc83498703)

[KESIMPULAN DAN SARAN 86](#_Toc83498704)

[5.1 KESIMPULAN 86](#_Toc83498705)

[5.2 SARAN 87](#_Toc83498706)

[DAFTAR PUSTAKA 89](#_Toc83498707)

# DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 24

Tabel 3.1 Jadwal penelitian 31

Tabel 3.2 skala likert 34

Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas 37

Tabel 4.1 Jenis-jenis produk HWI 46

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 51

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan 51

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 52

Tabel 4.5 Jawaban Kuesioner No.1 Untuk Variabel (X1) 53

Tabel 4.6 Jawaban Kuesioner No.2 Untuk Variabel (X1) 54

Tabel 4.7 Jawaban Kuesioner No.3 Untuk Variabel (X1) 54

Tabel 4.8 Jawaban Kuesioner No.4 Untuk Variabel (X1) 55

Tabel 4.9 Jawaban Kuesioner No.5 Untuk Variabel (X1) 56

Tabel 4.10 Jawaban Kuesioner No.6 Untuk Variabel (X1) 57

Tabel 4.11 Jawaban Kuesioner No.1 Untuk Variabel (X2) 57

Tabel 4.12 Jawaban Kuesioner No.2 Untuk Variabel (X2) 58

Tabel 4.13 Jawaban Kuesioner No.3 Untuk Variabel (X2) 58

Tabel 4.14 Jawaban Kuesioner No.4 Untuk Variabel (X2) 59

Tabel 4.15 Jawaban Kuesioner No.5 Untuk Variabel (X2) 60

Tabel 4.16 Jawaban Kuesioner No.6 Untuk Variabel (X2) 60

Tabel 4.17 Jawaban Kuesioner No.1 Untuk Variabel (X3) 61

Tabel 4.18 Jawaban Kuesioner No.2 Untuk Variabel (X3) 62

Tabel 4.19 Jawaban Kuesioner No.3 Untuk Variabel (X3) 62

Tabel 4.20 Jawaban Kuesioner No.4 Untuk Variabel (X3) 63

Tabel 4.21 Jawaban Kuesioner No.5 Untuk Variabel (X3) 63

Tabel 4.22 Jawaban Kuesioner No.6 Untuk Variabel (X3) 64

Tabel 4.23 Jawaban Kuesioner No.1 Untuk Variabel (X4) 65

Tabel 4.24 Jawaban Kuesioner No.2 Untuk Variabel (X4) 65

Tabel 4.25 Jawaban Kuesioner No.3 Untuk Variabel (X4) 66

Tabel 4.26 Jawaban Kuesioner No.4 Untuk Variabel (X4) 67

Tabel 4.27 Jawaban Kuesioner No.5 Untuk Variabel (X4) 67

Tabel 4.28 Jawaban Kuesioner No.6 Untuk Variabel (X4) 68

Tabel 4.29 Jawaban Kuesioner No.1 Untuk Variabel (Y) 69

Tabel 4.30 Jawaban Kuesioner No.2 Untuk Variabel (Y) 70

Tabel 4.31 Jawaban Kuesioner No.3 Untuk Variabel (Y) 70

Tabel 4.32 Jawaban Kuesioner No.4 Untuk Variabel (Y) 71

Tabel 4.33 Jawaban Kuesioner No.5 Untuk Variabel (Y) 72

Tabel 4.34 Jawaban Kuesioner No.6 Untuk Variabel (Y) 72

Tabel 4.35 Hasil Uji Reliabilitas 74

Tabel 4.36 One Sample Kolmogorov Smirnov Test 76

Tabel 4.37 Hasil Uji Multikolinieritas 78

Tabel 4.38 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda 79

Tabel 4.39 Hasil Uji T 80

Tabel 4.40 Hasil Uji F 82

Tabel 4.41 Hasil Uji Koefisien Determinasi 83

# DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Penjualan Satu Tahun Terakhir Produk PT.HW 5

Gambar 2.1 Kerangka konseptual 26

Gambar 4.1 Diagram Histogram 75

Gambar 4.2 Grafik Normal Probability Plot 75

Gambar 4.3 Grafik Scatterplot 77