

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Sampul	i
Halaman Judul.....	ii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme	iii
Halaman Pengesahan Skripsi.....	iv
Halaman Pengesahan Ujian.....	v
Motto.....	vi
Halaman Persembahan	vii
Halaman Kata Pengantar	ix
Halaman Daftar Isi.....	xiii
Halaman Daftar Tabel	xviii
Halaman Daftar Gambar.....	xix
Halaman Abstrak	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4Manfaat Penelitian	8
1.5Sistematika Penulisan	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI.....	10
2.1 Kajian Pustaka.....	10
2.2 Landasan Teori	16
2.2.1 Pengertian Rumah Sederhana.....	16
2.2.2 Pengertian Kualitas	17

2.2.3 Pengertian Harga	19
2.2.4 Pengertian Pendapatan	21
2.2.5 Pengertian Suku Bunga	22
2.2.6 Pengertian Iklan.....	23
2.2.6.1 Berdasarkan Media Yang Digunakan	23
2.2.6.2 Berdasarkan Bentuknya Iklan	24
2.2.6.3 Berdasarkan Tujuannya	25
2.2.6.4 Berdasarkan Komunikatornya Atau Pihak Yang Menyampaikan.....	25
2.2.6.5 Berdasarkan Wujud Produk Yang Diiklankan.....	26
2.2.6.6 Berdasarkan Fungsinya Iklan Dapat Dikelompokan	27
2.2.7 Perilaku Konsumen	28
2.2.7.1 Teori-Teori Perilaku konsumen	28
2.2.7.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen....	29
2.2.8 Keputusan Beli Konsumen.....	31
2.2.8.1 <i>Need Recognition</i>	31
2.2.8.2 <i>Search for Information</i>	31
2.2.8.3 <i>Pre-purchase Evaluaton of Alternatived</i>	32
2.2.8.4 <i>Purchase</i>	32
2.2.8.5 <i>Consumption</i>	32
2.2.8.6 <i>Post Consumption Evaluation</i>	32
2.2.8.7 <i>Divestment</i>	33
BAB III METODE PENELITIAN.....	34
3.1 Jenis Dan Cara Pengumpulan Data	34
3.2 Populasi Dan Sampel	34

3.3	Definisi Operasional Variabel	35
3.3.1	Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>)	35
3.3.1.1	Harga (X_1)	36
3.3.1.2	Kualitas (X_2)	36
3.3.1.3	Iklan (X_3)	36
3.3.2	Variabel Terikat (<i>dependent Variable</i>)	36
3.3.2.1	Keputusan Beli (Y)	36
3.4	Metode Pengumpulan Data	37
3.5	Metode Analisis	37
3.5.1	Uji Kualitas Data	38
3.5.1.1	Uji Validitas	38
3.5.1.2	Uji Realibilitas	39
BAB IV	HASIL DAN ANALISIS	40
4.1	Gambaran Umum Perumahan	40
4.2	Gambaran Umum Responden	41
4.2.1	Deskripsi Berdasarkan Jenis kelamin Responden	41
4.2.2	Deskripsi Berdasarkan Usia Responden	42
4.2.3	Deskripsi Berdasarkan Status perkawinan Responden	43
4.2.4	Deskripsi Berdasarkan Pendidikan Responden	44
4.2.5	Deskripsi Berdasarkan Pekerjaan Responden	45
4.2.6	Deskripsi Berdasarkan Tingkat pendapatan Responden	45
4.3	Analisis Indeks Jawaban Responden Per Variabel	46
4.3.1	Indeks Jawaban Responden Tentang Harga (X_1)	48
4.3.2	Indeks Jawaban Responden Tentang Kualitas (X_2)	50
4.3.3	Indeks Jawaban Responden Tentang Iklan (X_3)	51

4.3.4 Indeks Jawaban Responden Tentang Keputusan Beli (Y)	53
4.4 Uji Validitas Dan Reliabilitas	54
4.4.1 Uji Validitas	54
4.4.2 Uji Reliabilitas	55
4.5 Pembahasan.....	56
BAB V KESIMPULAN DAN IMPLIKASI	57
5.1 Kesimpulan	57
5.2 Implikasi	57
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN	62



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Kajian Pustaka	11
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	41
Tabel 4.2 Usia Responden	42
Tabel 4.3 Status Perkawinan Responden	43
Tabel 4.4 Tingkat Pendidikan Responden	44
Tabel 4.5 Jenis Pekerjaan Responden	45
Tabel 4.6 Tingkat Pendapatan Responden	46
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Tentang Harga	48
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Tentang Kualitas	50
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Tentang Iklan	51
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Tentang Keputusan Pembelian	52
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Validitas	54
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Reliabilitas	55

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1 Model yang dipertimbangkan dalam penetapan harga20

