

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN.....	ii
ABSTRACT	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Kegunaan Hasil Penelitian.....	5
1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian	6
1.5.1 Lokasi Penelitian	6
1.5.1 Jadwal Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN	
HIPOTESIS.....	8
2.1 Tinjauan Pustaka.....	8

2.1.1 Pemasaran	8
2.1.2 Pendapatan	8
2.1.3 Variasi Produk	10
2.1.4 Promosi	11
2.1.5 Harga	12
2.1.6 Keputusan Pembelian	15
2.1.7 Penelitian Terdahulu	18
2.2 Kerangka Pemikiran	25
2.2.1 Hubungan Antara Pendapatan Dengan Keputusan Pembelian <i>Voucher</i> Kuota	26
2.2.2 Hubungan Antara Variasi Produk Dengan Keputusan Pembelian <i>Voucher</i> Kuota	26
2.2.3 Hubungan Antara Promosi Dengan Keputusan Pembelian <i>Voucher</i> Kuota	27
2.2.4 Hubungan Antara Harga Dengan Keputusan Pembelian <i>Voucher</i> Kuota 27	
2.3 Hipotesis	28
BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN	29
3.1 Objek Penelitian	29
3.2 Metode Penelitian	29
3.2.1 Operasionalisasi Variabel	29
3.2.2 Metode Pengumpulan Data	31

3.2.2.1	Jenis Data.....	31
3.2.2.2	Populasi	32
3.2.2.3	Sampel	32
3.2.2.4	Prosedur Pengumpulan Data	33
3.3	Model Penelitian.....	33
3.4	Pengujian Instrumen Penelitian	34
3.5	Teknik Analisis Data	35
3.5.1	Uji Validitas.....	35
3.5.2	Uji Reliabilitas	35
3.5.3	<i>Method of Successive Interval</i> (MSI)	35
3.5.4	Nilai Jenjang Interval (NJI)	36
3.5.5	Analisis Regresi Berganda.....	38
3.5.6	Uji Asumsi Klasik	38
3.5.7	Uji Hipotesis	41
3.5.8	Koefisien Determinasi (R^2)	43
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1	Hasil Penelitian.....	45
4.1.1	Hasil Deskriptif dan Karakteristik Responden	45
4.1.2	Hasil Analisis Kuantitatif	46
4.1.2.1	Tanggapan Responden Mengenai Pendapatan Konsumen dala Pembelian <i>Voucher</i> Kuota di WM Cell.....	47
4.1.2.2	Tanggapan Responden Mengenai Variasi Produk dalam Pembelian <i>Voucher</i> Kuota di WM Cell.....	51

4.1.2.3 Tanggapan Responden Mengenai Promosi pada Pembelian	
<i>Voucher</i> Kuota di WM Cell.....	55
4.1.2.4 Tanggapan Responden Mengenai Harga pada Pembeliabn <i>Voucher</i>	
Kuota di WM Cell	59
4.1.2.5 Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian pada	
Pembelian <i>Voucher</i> Kuota di WM Cell.....	63
4.1.3 Hasil Analisis Data	67
4.1.3.1 Analisis Regresi Berganda	67
4.1.3.2 Uji Asumsi Klasik	69
4.1.3.3 Koefisien Determinasi (R^2)	72
4.2 Pembahasan	72
4.2.1 Pengaruh pendapatan, Variasi Produk, Promosi dan Harga Secara	
Simultan terhadap Keputusan Pembelian <i>Voucher</i> Kuota di WM Cell	73
4.2.2 Pengaruh Pendapatan Secara Parsial terhadap Keputusan Pembelian .	74
4.2.3 Pengaruh Variasi Produk Secara Parsial terhadap Keputusan Pembelian	
75	
4.2.4 Pengaruh Promosi Secara Parsial terhadap Keputusan Pembelian	76
4.2.5 Pengaruh Harga Secara Parsial terhadap Keputusan Pembelian	76
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	78
5.1 Simpulan.....	78
5.2 Saran	79
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN-LAMPIRAN	84

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Jumlah Pengguna internet	1
Tabel 1.1 Jadwal Penelitian.....	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	30
Tabel 3.2 Skala Likert	34
Tabel 3.3 Klasifikasi Penilaian Kategori Interval	38
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	45
Tabel 4.2 Hasil Rekapitulasi Uji Validitas Pendaptan, Variasi Produk, Promosi, Harga dan Keputusan Pembelian.....	46
Tabel 4.3 Klasifikasi Penilaian Untuk Setiap Indikator Variabel Pendapatan.....	48
Tabel 4.4 Tanggapan Responden mengenai Penghasilan yang diterimanya	48
Tabel 4.5 Tanggapan Responden mengenai Pekerjaan yang dikerjakannya	49
Tabel 4.6 Tanggapan Responden mengenai Anggaran yang di anggarakannya...	49
Tabel 4.7 Hasil Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Pendapatan	50
Tabel 4.8 Klasifikasi Penilaian Untuk Indikator Variabel Pendapatan Keseluruhan	51
Tabel 4.9 Klasifikasi Penilaian Untuk Setiap Indikator Variabel Variasi Produk	52
Tabel 4.10 Tanggapan Responden mengenai Variasi yang tersedia.....	53
Tabel 4.11 Tanggapan Responden mengenai Pilihan ukuran kuota	53
Tabel 4.12 Tanggapan Responden mengenai Pilihan masa aktif.....	53
Tabel 4.13 Hasil Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variasi Produk	54

Tabel 4.14 Klasifikasi Penilaian Untuk Indikator Variabel Variasi Produk	
Keseluruhan	55
Tabel 4.15 Klasifikasi Penilaian Untuk Setiap Indikator Variabel Promosi.....	56
Tabel 4.16 Tanggapan Responden mengenai Banyaknya produk baru	57
Tabel 4.17 Tanggapan Responden mengenai Promosi yang dilakukan di sosial media	57
Tabel 4.18 Tanggapan Responden mengenai Pelayanan yang diberikan	57
Tabel 4.19 Hasil Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Promosi	58
Tabel 4.20 Klasifikasi Penilaian Untuk Indikator Variabel Promosi Keseluruhan	59
Tabel 4.21 Klasifikasi Penilaian Untuk Setiap Indikator Variabel Harga	60
Tabel 4.22 Tanggapan Responden mengenai Harga yang terjangkau	61
Tabel 4.23 Tanggapan Responden mengenai Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas	61
Tabel 4.24 Tanggapan Responden mengenai Harga yang ditawarkan lebih murah dari pesaing.....	61
Tabel 4.25 Hasil Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Harga.....	62
Tabel 4.26 Klasifikasi Penilaian Untuk Indikator Variabel Harga Keseluruhan..	63
Tabel 4.27 Klasifikasi Penilaian Untuk Setiap Indikator Variabel Keputusan Pembelian	64
Tabel 4.28 Tanggapan Responden mengenai Mencari tahu sebelum membeli	65
Tabel 4.29 Tanggapan Responden mengenai Keputusan membeli sudah bulat ...	65
Tabel 4.30 Tanggapan Responden mengenai Layanan purna jual.....	65

Tabel 4.31 Hasil Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Keputusan	
Pembelian	66
Tabel 4.32 Klasifikasi Penilaian Untuk Indikator Variabel Keputusan Pembelian	
Keseluruhan	67

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	28

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1: Kuesioner Penelitian.....	84
Lampiran 2: Hasil Data Ordinal (Kuesioner).....	86
Lampiran 3: Hasil Data MSI.....	91
Lampiran 4: Hasil Validitas dan Reliabilitas	95
Lampiran 5: Hasil Analisis Regresi	98
Lampiran 6: Hasil Uji Asumsi Klasik.....	100