

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
 BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
 BAB II. URAIAN TEORITIS	
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Teori Keputusan Pembelian.....	8
2.1.2 Teori Strategi Pemasaran.....	17
2.1.3 Teori Kualitas Pelayanan.....	24
2.2 Penelitian Terdahulu	28
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis	29
2.4 Hipotesis	31
 BAB III. METODE PENELITIAN	
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	32
3.1.1 Lokasi Penelitian.....	32

3.1.2 Waktu Penelitian	32
3.2 Populasi dan Sampel	33
3.2.1 Populasi	33
3.2.2 Sampel	33
3.3 Teknik Pengumpulan Data	34
3.4. Definisi Operasional Variabel	36
3.5 Teknik Analisa Data	37

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian.....	42
4.1.1. Sejarah Singkat dan Bidang Usaha Perusahaan.....	42
4.1.2. Struktur Organisasi PT. Medan Informatika Teknologi Medan	43
4.1.3. Karakteristik Responden Penelitian.....	53
4.1.4. Deskripsi Variabel Penelitian	56
4.1.5. Analisis Data Penelitian	62
4.2. Pembahasan.....	71
4.2.1. Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Medan Informatika Teknologi Medan	71
4.2.2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Medan Informatika Teknologi Medan	72
4.2.3. Pengaruh Strategi Pemasaran dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Medan Informatika Teknologi Medan.....	73

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Hasil Penelitian	74
5.2. Saran	75

DAFTAR PUSTAKA**DAFTAR RIWAYAT HIDUP****LAMPIRAN**

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3.1 Jadwal Waktu Penelitian	32
Tabel 3.2 Skala Likert	34
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel	37
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	54
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	54
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	55
Tabel 4.5 Skor Angket Responden Untuk Variabel Strategi Pemasaran	56
Tabel 4.6 Skor Angket Untuk Responden Untuk Variabel Kualitas Pelayanan .	58
Tabel 4.7 Skor Angket Untuk Responden Untuk Variabel Keputusan Pembelian	60
Tabel 4.8 Hasil Output Regresi	63
Tabel 4.9 Uji Multikolinearitas	66
Tabel 4.10 Hasil Output Uji t	69
Tabel 4.11 Hasil Output Uji F	70
Tabel 4.12 Koefisien Determinasi	71

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	31
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. Medan Informatika Teknologi Medan ...	46
Gambar 4.2 Output SPSS Grafik Histogram	64
Gambar 4.3 Output SPSS Normal P-Plot.....	65
Gambar 4.4 Output SPSS Heteroskedastisitas	68

