

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	ii
PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	7
E. Sistematika Penelitian	8
BAB II PEMBAHASAN	
A. Deskripsi Teori	9
1. Konsep Differensiasi	9
a. Pengertian Differensiasi	9
b. Teori Differensiasi	9
c. Indikator Differensiasi	10
d. Jenis Differensiasi	11
e. Strategi Differensiasi	13
2. Konsep <i>Personal Selling</i>	14
a. Pengertian <i>Personal Selling</i>	14
b. Teori <i>Personal Selling</i>	15
c. Indikator <i>Personal Selling</i>	16
d. Langkah <i>Personal Selling</i>	16
e. <i>Proses Personal Selling</i>	17
f. Faktor-Faktor <i>Personal Selling</i>	18
3. Konsep Promosi	19
a. Pengertian Promosi	19

b.	Teori Promosi	19
c.	Indikator Promosi	21
d.	Promosi Dalam Islam	21
e.	Jenis Promosi	23
4.	Konsep Keputusan Pembelian	24
a.	Pengertian Keputusan Pembelian	24
b.	Teori Keputusan Pembelian	25
c.	Indikator Keputusan Pembelian	26
d.	Langkah-Langkah dalam Proses Pengambilan Keputusan	27
e.	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	29
f.	Keputusan Pembelian dalam Perspektif Islam	33
B.	Penelitian Terdahulu	33
C.	Kerangka Berfikir	36
D.	Hipotesis	38

BAB III METODE PENELITIAN

A.	Jenis dan Pendekatan Penelitian	41
B.	Populasi dan Sampel	42
C.	Identifikasi Variabel	43
D.	Definisi Operasional	44
E.	Teknik Pengumpulan Data	47
1.	Angket/Kuesioner	47
2.	Dokumentasi	49
F.	Teknik Analisis Data	49
1.	Uji Intrumen	49
2.	Uji Asumsi Klasik	50
G.	Analisis Data	52

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A.	Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian	55
B.	Gambaran Umum Responden	57
C.	Deskripsi Angket	61
D.	Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	69
E.	Uji Asumsi Klasik	72
F.	Analisis Data	76
G.	Pembahasan	79

1. Pengaruh Differensiasi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil di Dealer Honda Jaya Kudus	79
2. Pengaruh Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Mobil di Dealer Honda Jaya Kudus	81
3. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil di Dealer Honda Jaya Kudus	82
4. Pengaruh Differensiasi, Personal Selling dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil di Dealer Honda Jaya Kudus	84

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	87
B. Saran	88
C. Penutup	88

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Hasil Penelitian Terdahulu	33
Tabel 3.1	Definisi Operasional	44
Tabel 4.1	Pekerjaan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Responden.....	58
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	59
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian	60
Tabel 4.4	Frekuensi Variabel <i>Diferensiasi</i> (X_1)	62
Tabel 4.5	Frekuensi Variabel <i>Personal Selling</i> (X_2).....	64
Tabel 4.6	Frekuensi Variabel Promosi (X_3).....	66
Tabel 4.7	Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	68
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel <i>Diferensiasi</i>	60
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel <i>Personal Selling</i>	70
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Instrumen Promosi	70
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Keputusan Pembelian	71
Tabel 4.12	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Keputusan Pembelian	71
Tabel 4.13	Hasil Uji Multikolinieritas dengan Koefisien	72
Tabel 4.14	Hasil Uji Autokolerasi	73
Tabel 4.15	Hasil Analisis Regresi Berganda	77
Tabel 4.16	Hasil Koefisien Determinasi	78



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir 3

Gambar 4.1 Struktur Organisasi Honda Jaya Kudus 57

Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Responden 58

Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Pelanggan Dealer Hinda Jaya Kudus 59

Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian Dealer Honda Jaya Kudus 60

Gambar 4.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas 74

Gambar 4.6 Hasil Uji Normalitas dengan Histogram 75

Gambar 4.7 Hasil Uji Normalitas dengan Normal Probability Plot 76

