

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB 1 PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi dan Pembatasan Masalah	4
C. Perumusan Masalah	5
D. Tujuan Penelitian	5
E. Manfaat dan Kegunaan Penelitian	6
F. Sistematika Penelitian	7
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pengertian Pemasaran	9
B. Pengertian Bauran Pemasaran	11
C. Produk	12
D Harga	15

E. Tempat / Saluran Distribusi	18
F. Promosi	21
G. Perilaku Konsumen	25
H. Tahap – tahap Proses Pembelian Konsumen	26
I. Perilaku Utama yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian	29
J. Kerangka Pikir Penelitian	34
K. Kerangka Pemikiran	36
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Tempat dan Waktu Penelitian	38
B. Jenis dan Sumber Data	38
C. Populasi dan Sampel	38
D. Metode Pengumpulan Data	40
E. Metode Analisis Data	40
F. Definisi Operasional Variabel	44
G. Operasional Variabel Penelitian	46
BAB IV KARAKTERISTIK RESPONDEN	
A. Data Karakteristik Responden.....	48
B. Evaluasi Tanggapan Responden	50
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Uji Validitas dan Reabilitas	52
B. Hasil Uji Analisis Diskriminan	54
C. Interpretasi Variabel dalam Model Diskriminan	66

BAB VI	KESIMPULAN DAN SARAN	
	A. Kesimpulan	69
	B. Saran	70
DAFTAR PUSTAKA		72
LAMPIRAN		73