

DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR JUDUL	
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAKSI	vi
DAFTAR ISI	vii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Pembatasan masalah	5
D. Perumusan Masalah	6
E. Tujuan Penelitian	6
F. Manfaat Penelitian	6
G. Sistematika Penulisan	7

BAB II LANDASAN TEORI

A. Pengertian Pemasaran	9
B. Bauran Pemasaran.....	10
C. Produk.....	11
D. Harga (<i>price</i>).....	15
E. Tempat (<i>place</i>).....	15
F. Promosi (<i>promotion</i>).....	16
G. Pengertian Sikap	18
H. Fungsi Sikap.....	20
I. Komponen Sikap.....	21
J. Karakteristik Sikap.....	22
K. Perubahan Sikap.....	22
L. Pembentukan Sikap.....	24
M. Pengertian Perilaku Konsumen.....	28
N. Model Perilaku Konsumen	29
O. Faktor-faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	30
P. Kerangka pemikiran.....	38
Q. Hipotesis	40

BAB III METODE PENELITIAN	
A. Tempat dan Waktu Penelitian.....	41
B. Jenis dan Sumber Data	41
C. Populasi dan Sampel	42
D. Metode Pengumpulan Data.....	43
E. Metode Pengolahan Data	44
F. Definisi Operasional Variabel.....	48
BAB IV GAMBARAN UMUM RESPONDEN	
A. Data Karakteristik Responden	52
1. Jenis Kelamin.....	52
2. Usia	52
3. Pendapatan	53
4. Pekerjaan.....	54
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Uji Validitas.....	56
B. Hasil Uji Reliabilitas.....	58
C. Hasil Uji Sikap.....	59
D. Analisa Prilaku Konsumen	63
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	67
B. Saran	67
DAFTAR PUSTAKA.....	68
LAMPIRAN - LAMPIRAN	69