

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>ABSTRAKSI</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	x
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi dan pembatasan masalah .....	2
C. Perumusan Masalah.....	3
D. Tujuan Permasalahan.....	4
E. Manfaat dan Kegunaan Penelitian.....	4
F. Sistematika Penulisan .....	4
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Bauran Pemasaran ( <i>Marketing –Mix</i> ).....	7
B. Perilaku Konsumen .....	21
C. Variabel dalam mempelajari Perilaku Konsumen.....	22
D. Keputusan Pembelian .....	22

E. Kerangka Pikir Penelitian.....	27
F. Hipotesis .....	29
<b>BAB III  METODOLOGI PENELITIAN</b>	
A. Waktu dan Tempat Penelitian .....	30
B. Jenis dan sumber data.....	30
C. Populasi Dan sampel .....	31
D. Metode Pengumpulan Data .....	34
E. Metode Analisis Data .....	35
F. Definisi Operasional Variabel .....	39
<b>BAB IV  SEJARAH PERUSAHAAN DAN KARAKTERISTIK RESPONDEN</b>	
A. Sejarah Perusahaan .....	41
1. Visi dan Misi PT Unilever .....	42
2. Tujuan & prinsip.....	43
B. Profil Singkat Responden .....	44
<b>BAB V  HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Pembahasan Uji Validitas dan Reliabilitas.....	48
B. Analisis Faktor.....	50
<b>BAB VI  KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Kesimpulan.....	53
B. Saran.....	53

## **DAFTAR PUSAKA**

## **LAMPIRAN**