

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman judul	i
Lembar Persetujuan	ii
Lembar Pengesahan	iii
Kata pengantar	iv
Abstraksi	vii
Daftar Isi	viii
Daftar Gambar	x
Daftar Tabel	xi
Data Lampiran	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi dan Pembatasan Masalah	4
C. Perumusan Masalah	5
D. Tujuan Penelitian	6
E. Manfaat Penelitian	6
F. Sistematika Penulisan	7
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pengertian Pemasaran.....	9
B. Pengertian Bauran Pemasaran	11
C. Kepuasan Konsumen	20

	D. Persepsi Konsumen	21
	E. Kerangka Fikir	23
	F. Hipotesa	25
BAB III	METODE PENELITIAN	
	A. Tempat dan Waktu Penelitian	26
	B. Jenis dan Sumber Data	26
	C. Populasi dan Sampel	27
	D. Metode Pengumpulan Data	28
	E. Metode Pengolahan Data.....	29
	F. Definisi Operasional Variabel	37
BAB IV	KARAKTERISTIK RESPONDEN	
	A. Profil Singkat Responden ..	41
BAB V	PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN	
	A. Pembahasan Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	46
	B. Persepsi Konsumen Terhadap Bauran Pemasaran	49
	C. Rekapitulasi Bauran Pemasaran IM3 Pada Layanan <i>Blackberry</i>	73
	D. Rekapitulasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Produk	74
	E. Analisis Regresi Berganda	75
BAB VI	KESIMPULAN DAN SARAN	
	A. Kesimpulan	80
	B. Saran	81
DAFTAR PUSTAKA		