

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAKSI	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi dan Pembatasan Masalah	6
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian	8
E. Manfaat Penelitian	9
F. Sistematika Penulisan	9
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pengertian Pemasaran	11
B. Bauran Pemasaran	13

C. Produk	15
D. Harga	22
E. Tempat/Saluran Distribusi	26
F. Promosi	28
G. Perilaku Konsumen	32
H. Proses Pengambilan Keputusan	38
I. Penelitian Terdahulu	42
J. Kerangka Pikir	45
K. Pengembangan Hipotesis	46

BAB III METODE PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian	47
B. Jenis dan Sumber Data	47
C. Populasi Dan Sampel	48
D. Metode Pengumpulan Data	48
E. Metode Analisis Data	50
F. Definisi Operasional Variabel	55
G. Operasional Variabel	57

BAB IV KARAKTERISTIK RESPONDEN

A. Sejarah Perusahaan	58
B. Filosofi ,Visi, Misi, dan Tujuan Perusahaan	60
C. Struktur Organisasi Perusahaan	62
D. Profil Responden	65

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Uji Validitas	70
B. Hasil Uji Reliabilitas	70
C. Uji Diskriminan	71
1. Test Quality of Group Means	71
2. Cannonical Discriminant Function Coefficients	74
3. Function at Groups Centroid	74
4. Classification Result	78
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	80
B. Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	84