

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR JUDUL</b> .....	i
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	ii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	v
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR GRAFIK</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii
 <b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah.....	5
1. Identifikasi Masalah .....	5
2. Pembatasan Masalah .....	6
C. Perumusan Penelitian .....	6
D. Tujuan Penelitian .....	7
E. Manfaat Penelitian .....	7

F. Sistematika Penulisan .....	8
--------------------------------	---

## BAB II LANDASAN TEORI

A. Pemasaran .....	11
1. Pengertian Pemasaran.....	11
2. Tujuan Pemasaran.....	13
3. Fungsi Pemasaran .....	14
B. Bauran Pemasaran.....	15
1. Pengertian Bauran Pemasaran.....	15
2. Unsur-Unsur Bauran Pemasaran.....	16
a. Produk ( <i>Product</i> ).....	18
1) Tujuan Produk.....	19
2) Diferensiasi Produk.....	20
b. Harga ( <i>Price</i> ).....	23
c. Saluran Distribusi ( <i>Place</i> ).....	26
1) Fungsi Saluran Distribusi.....	27
2) Macam-Macam Saluran Distribusi.....	29
d. Promosi ( <i>Promotion</i> ).....	30
1) Pengertian Promosi.....	31
2) Tujuan Strategi Promosi.....	31
3) Bauran Promosi.....	33
C. Citra Merek.....	36
1. Pengertian Citra Merek.....	38
2. Fungsi dan Peran Citra Merek.....	40

D. Perilaku Konsumen.....	42
1. Pengertian Perilaku Konsumen.....	42
2. Model Perilaku Konsumen .....	44
3. Faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	46
E. Keputusan Pembelian.....	50
F. Hubungan Faktor-Faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	53
G. Model dan Kerangka Pikir Penelitian.....	55
1. Model Penelitian.....	55
2. Kerangka Pikir Penelitian.....	56
H. Hipotesis Penelitian.....	58

### **BAB III METODELOGI PENELITIAN**

A. Waktu dan Tempat penelitian.....	59
B. Jenis Dan Sumber Data .....	60
1. Data Primer.....	60
2. Data Sekunder.....	60
C. Populasi Dan Sampel.....	61
1. Populasi.....	61
2. Sampel.....	62
D. Metode Pungumpulan Data.....	64
E. Metode Analisis Data.....	65
1. Uji Validitas.....	65
2. Uji Reabilitas.....	66

3. Analisis Diskriminan.....	68
F. Definisi Operasional Variabel .....	70

#### **BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN**

A. Sejarah Perusahaan.....	73
B. Visi Perusahaan .....	75
C. Misi Perusahaan.....	75
D. Karakteristik Responden.....	76
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	76
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	78
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	79
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	80
5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran.....	81
6. Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pembelian.....	82

#### **BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN**

A. Hasil Uji Validitas Dan Reabilitas.....	83
1. Uji Validitas.....	84
2. Uji Reabilitas.....	86
B. Hasil Uji Hipotesis.....	87
1. Hasil uji hipotesis untuk faktor-faktor yang berpengaruh antara bauran pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ) dan	

<i>Brand Image</i> terhadap keputusan pembelian.....	87
2. Hasil Uji Kecenderungan Frekuensi Pembelian	
Koran SINDO.....	92

## **BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Kesimpulan.....	94
B. Saran.....	95

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**