

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAKSI	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi dan Pembatasan Masalah	6
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian	7
E. Manfaat Penelitian	8
F. Sistematika Penulisan	9

BAB II LANDASAN TEORI

A. Pengertian Pemasaran.....	11
B. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	12
1. Produk (<i>Product</i>).....	15
2. Harga (<i>Price</i>).....	17
3. Tempat (<i>Place</i>).....	18
4. Promosi (<i>Promotion</i>).....	19
5. Orang (<i>People</i>).....	20
6. Proses (<i>Process</i>).....	21
7. Bukti Fisik (<i>Physical Evidence</i>).....	22
C. Perilaku Konsumen.....	23
D. Keputusan pembelian	25
E. Penelitian Terdahulu	29
F. Kerangka Berfikir	31
G. Hipotesis.....	33

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian	34
B. Jenis dan Sumber Data	34
C. Populasi dan Sampel	35

D. Metode Pengambilan Data	36
E. Metode Analisis Data	37
1. Uji Validitas dan Reliabilitas	37
2. Analisis Regresi Linier Berganda.....	40
3. Uji t, Uji f dan Koefisien Determinasi (R^2)	41
F. Definisi Operasional Variabel	42

BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Gambaran Umum Perusahaan.....	46
1. Sejarah Perusahaan.....	46
2. Struktur organisasi perusahaan.....	47
3. Produk Solaria	48
B. Karakteristik Responden.....	52

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Uji Validitas.....	56
B. Uji Reliabilitas.....	59
C. Regresi linier Berganda.....	59
D. Pembahasan Data.....	64

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	67
B. Saran.....	68

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN