

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
ABSTRAKSI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah	3
C. Pembatasan Masalah	4
D. Perumusan Masalah.....	4
E. Tujuan Penelitian	4
F. Manfaat Penelitian.....	5
G. Sistematika Penulisan	6

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pengertian Pemasaran.....	7
B. Bauran Pemasaran.....	9
C. Produk.....	10
D. Klasifikasi Produk.....	11
E. Kualitas Produk.....	13
F. Harga (Price).....	14
G. Tempat (Place).....	15
H. Promosi.....	18
I. Pengertian Sikap.....	19
J. Fungsi Sikap.....	21
K. Komponen Sikap.....	22
L. Karakteristik Sikap.....	23
M. Perubahan Sikap.....	24
N. Pembentukan Sikap.....	26
O. Pengertian Prilaku Konsumen.....	30
P. Model Perilaku Konsumen.....	31
Q. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Prilaku Konsumen.....	32
R. Kerangka Pikir.....	40
S. Hipotesis.....	42

BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	
	A. Tempat dan Waktu Penelitian.....	43
	B. Jenis dan Sumber Data.....	43
	C. Populasi dan Sampel.....	44
	D. Metode Pengumpulan Data.....	46
	E. Metode Pengolahan Data.....	46
	1. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	46
	2. Analisis Deskriptif.....	48
	3. Analisis Fishbein.....	48
	F. Definisi Operasional Variabel.....	51
BAB IV	GAMBARAN UMUM RESPONDEN	
	A. Data Karakteristik Responden.....	54
BAB V	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
	A. Hasil Uji Validitas.....	57
	1. Validitas Keyakinan.....	57
	2. Validitas Evaluasi.....	59
	B. Hasil Uji Reabilitas.....	60
	1. Reabilitas Keyakinan.....	60
	2. Reabilitas Evaluasi.....	60
	C. Hasil Uji Sikap (Fisbein).....	61
	D. Analisa Prilaku Konsumen.....	65
BAB VI	KESIMPULAN DAN SARAN	
	A. Kesimpulan.....	68
	B. Saran.....	68

DAFTAR PUSTAKA.....	69
LAMPIRAN – LAMPIRAN.....	70