

DAFTAR ISI

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

BAB II	TINJAUAN KEPUSTAKAAN	8
A.	Pengertian Manajemen Pemasaran	8
B.	Fungsi Pemasaran	9
C.	Bauran Pemasaran	9
1.	Pengertian Produk	12
2.	Pengertian Harga	19
3.	Pengertian Tempat	21
4.	Pengertian Promosi	25
D.	Pengertian Perilaku Konsumen	26
E.	Tipe Perilaku Pembelian Konsumen	27
F.	Model Perilaku Konsumen	28
G.	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	30
H.	Proses Pengambilan Keputusan	38
I.	Hipotesis	43
BAB III	METODE PENELITIAN	44
A.	Tempat dan Waktu Penelitian	44
B.	Jenis dan Sumber Data	44
C.	Populasi dan Sampel	45
D.	Metode Pengumpulan Data	46
E.	Metode Analisis Data	47

F. Definisi Operasional Variabel	50
BAB IV KARAKTERISTIK RESPONDEN	54
A. Karakteristik Responden	54
B. Tabel Deskriptif Karakteristik Responden	54
BAB V HASIL PENELITIAN	58
A. Uji Reabilitas	58
B. Uji Cochran's	58
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	81
A. Kesimpulan	81
B. Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN	
1. Kuesioner	84
2. Hasil uji reabilitas pre-sampel	86
3. Daftar tabulasi pre-sampel (30 responden)	89
4. Daftar tabulasi 100 responden	90

DAFTAR TABEL

	halaman
Tabel 3.1 Skala Mengukur Kepentingan	46
Tabel 3.2 Distribusi Tingkat Reliabilitas	47
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel	52
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	54
Tabel 4.2 Usia Responden	55
Tabel 4.3 Pendapatan Responden	55
Tabel 4.4 Pekerjaan Responden	56
Tabel 4.5 Memakai Sony Ericsson Seri	56
Tabel 4.6 Sudah berapa lama memakai Sony Ericsson Seri	57
Tabel 5.1 Test Cochran Pengujian 1	59
Tabel 5.2 Test Cochran Pengujian 2	61
Tabel 5.3 Test Cochran Pengujian 3	63
Tabel 5.4 Test Cochran Pengujian 4	65
Tabel 5.5 Test Cochran Pengujian 5	67
Tabel 5.6 Test Cochran Pengujian 6	69
Tabel 5.7 Test Cochran Pengujian 7	71
Tabel 5.8 Test Cochran Pengujian 8	72
Tabel 5.9 Test Cochran Pengujian 9	74

Tabel 5.10 Test Cochran Pengujian 10	75
Tabel 5.11 Test Cochran Pengujian 11	77
Tabel 5.12 Test Cochran Pengujian 12	78
Tabel 5.13 Test Cochran Pengujian 13	79
Tabel analisis cochran yang di rangking	93

DAFTAR GAMBAR

	halaman
Gambar 2.1 Empat Komponen 4P Dalam Bauran Pemasaran	11
Gambar 2.2 Saluran Distribusi	23
Gambar 2.3 Model Perilaku Konsumen	29
Gambar 2.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	30
Gambar 2.5 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	39
Gambar 2.6 Kerangka Pikir Penelitian	42