

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL		i
LEMBAR PERSETUJUAN		ii
LEMBAR PENGESAHAN		iii
KATA PENGANTAR		iv
ABSTRAKSI		vi
DAFTAR ISI		vii
DAFTAR TABEL		x
DAFTAR GAMBAR		xi
DAFTAR LAMPIRAN		xii
BAB I	PENDAHULUAN	
	A. Latar Belakang	1
	B. Identifikasi dan Pembatasan Masalah	4
	C. Perumusan Masalah	4
	D. Tujuan Penelitian	5
	E. Manfaat Penelitian	5
	F. Sistematik Penulisan	6
BAB II	LANDASAN TEORI	
	A. Bauran Pemasaran	8
	B. Produk	9

	C. Harga	18
	D. Saluran Distribusi	22
	E. Promosi	24
	F. Merek	25
	G. Merek Privat	27
	H. Perilaku Konsumen	29
	I. Kerangka Pikir Penelitian	36
	J. Hipotesis	39
	K. Penelitian Sebelum yang Relevan	39
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	
	A. Tempat dan Waktu Penelitian	41
	B. Jenis dan Sumber Data	41
	C. Populasi dan Sampel	42
	D. Metode Pengumpulan Data	43
	E. Metode Analisis Data	45
	F. Definisi Operasional Variabel	48
BAB IV	SEJARAH PERUSAHAAN DAN	
	KARAKTERISITIK RESPONDEN	
	A. Sejarah Perusahaan	52
	B. Identitas Responden	57
BAB V	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
	A. Pembahasan Uji Validitas dan Realiabilitas	62

	B. Analisis Faktor	63
BAB VI	KESIMPULAN DAN SARAN	
	A. Kesimpulan	71
	B. Keterbatasan	71
	C. Saran	72
DAFTAR PUSAKA		73