

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAKSI	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
 BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Pembatasan Masalah	8

D. Perumusan Masalah	8
E. Tujuan Penelitian	8
F. Manfaat dan Kegunaan Penelitian	9
G. Sistematika Penulisan	10

BAB II : LANDASAN TEORI

A. Bauran Pemasaran	12
1. Pengertian Produk	13
2. Pengertian Harga	20
3. Pengertian Tempat (<i>Place</i>)	25
4. Pengertian Promosi	26
B. Kepuasan Konsumen	28
C. Kerangka Pemikiran	35
D. Hipotesis	36

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian	37
B. Jenis dan Sumber Data.....	37
C. Populasi dan Sampel.....	38

D. Metode Pengumpulan Data.....	40
E. Metode Analisis Data.....	41
F. Definisi Operasional Variabel.....	46

BAB IV : GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Profil Responden atau Konsumen	52
B. Sejarah Singkat Perusahaan	55
1. Sejarah Singkat Honda Jakarta Center	55
2. Prosedur Sistem Transaksi Perusahaan	58
3. Struktur Organisasi	62

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Uji Validitas dan Reliabilitas	64
B. Distribusi Data	67
C. Analisis Koefisien Korelasi	91
D. Regresi Linier Sederhana	93
E. Uji Hipotesis	95

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	97
B. Saran	98
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN – LAMPIRAN	101