

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAKSI.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I        PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi dan Pembatasan Masalah .....	3
1.2.1 Identifikasi Masalah .....	3
1.2.2 Pembatasan Masalah .....	4
1.3 Perumusan Masalah .....	4
1.4 Tujuan Penelitian .....	5
1.5 Manfaat Penelitian .....	5
<b>BAB II        LANDASAN TEORI.....</b>	<b>7</b>
2.1 Tinjauan Teori .....	7
2.1.1 Pengertian Pemasaran .....	7
2.1.2 Konsep Pemasaran .....	7
2.1.3 Harga .....	11
2.1.4 Produk .....	16
2.1.5 Kualitas Produk .....	20
2.1.6 Citra Merek .....	22
2.1.7 Perilaku Konsumen .....	24
2.1.8 Keputusan Pembelian .....	27
2.1.9 Kepuasan konsumen .....	30
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya .....	31
2.3 Hubungan Antar Variabel .....	33
2.4 Hipotesis .....	37
2.5 Model Penelitian .....	38

<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>39</b>
	3.1 Desain Riset .....	39
	3.2 Jenis dan Sumber Data .....	39
	3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	40
	3.4 Unit Analisis .....	42
	3.5 Definisi Operasional Variabel .....	42
	3.6 Teknik Analisis Data .....	47
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>57</b>
	4.1 Profil Objek Penelitian.....	57
	4.2 Hasil Penelitian.....	58
	4.3 Analisis Deskriptif Penelitian.....	72
	4.4 <i>Analysis Path</i> (Analisis Jalur).....	79
	4.5 Keterbatasan Penelitian.....	91
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>93</b>
	5.1 Kesimpulan.....	93
	5.2 Saran.....	94
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>96</b>
	<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>98</b>