

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAKSI	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii

Bab I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Pembatasan Masalah	6
D. Rumusan Masalah	6
E. Tujuan Penelitian	7
F. Manfaat Penelitian.....	7
G. Sistematika penulisan	8

Bab II LANDASAN TEORI

A. Pengertian Pemasaran.....	10
B. Bauran Pemasaran	13

1.	Produk.....	13
2.	Harga	15
3.	Promosi	16
4.	Tempat	17
C.	Perilaku Konsumen	17
1.	Faktor Kultur.....	19
2.	Faktor Psikologis	22
D.	Proses Keputusan Pembelian	25
E.	Proses Pengambilan Keputusan	26
1.	Pengenalan Masalah	27
2.	Pencarian Informasi.....	27
3.	Evaluasi Alternatif.....	27
4.	Keputusan Pembelian	28
5.	Penggunaan dan Penyingkiran Pasca Pembelian	28
F.	Penelitian yang Sebelumnya Pernah Dilakukan	28
G.	Kerangka pikir penelitian	31
H.	Hipotesis	34

Bab III METODE PENELITIAN

A.	Tempat dan Waktu Penelitian.....	35
B.	Jenis dan Sumber Data	35
1.	Jenis Data.....	35
2.	Sumber Data.....	36
C.	Populasi dan Sampel	36
1.	Populasi.....	36
2.	Sampel	37
D.	Metode Pengumpulan Data.....	39

E.	Metode Pengolahan Data.....	39
1.	Uji Validitas	40
2.	Reliabilitas	41
3.	Skala Likert	42
4.	Analisis Faktor	43
F.	Definisi Operasional Variabel.....	45

BAB IV KARAKTERISTIK RESPONDEN

A.	Jenis Kelamin	48
B.	Usia	49
C.	Pendidikan	50
D.	Pendapatan	51

BAB V Hasil Penelitian dan Pembahasan

A.	Hasil Uji Validitas	52
B.	Hasil Uji Reliabilitas	53
C.	Hasil Uji Analisis Faktor	54
a.	KMO dan Barlett's Test.....	54
b.	Nilai – Image Matrices / MSA	55
c.	Total Variable Explained.....	56
d.	Rotated Component Matrix.....	57

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	63
B. Saran	63

DAFTAR PUSTAKA 65

LAMPIRAN 66