

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	9
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian	9
1. Tujuan Penelitian.....	9
2. Kontribusi Penelitian	10

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS

A. Kajian Pustaka	11
1. Pengertian Pemasaran	11
2. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	12
3. Keputusan Pembelian	13
4. Kualitas Produk	18
5. Harga.....	23
6. Promosi	25
B. Penelitian Terdahulu	28
C. Kerangka Konseptual dan Pengembangan Hipotesis	31
D. Kerangka Konseptual.....	32

E. Hipotesis	33
--------------------	----

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian	34
B. Desain Penelitian	34
C. Definisi dan Operasional Variabel penelitian	35
1. Definisi Variabel	35
2. Definisi Operasional.....	36
D. Pengukuran Variabel.....	37
E. Populasi dan Sampel Penelitian	38
1. Populasi Penelitian.....	38
2. Sampel.....	38
E. Teknik Pengumpulan Data.....	39
1. Jenis Data	40
2. Metode Pengumpulan Data.....	40
F. Metode Analisis	40
1. Analisis Deskriptif.....	40
2. Analisis Inferensial	41
3. Pengujian Model Struktural/Uji Hipotesis (Inner Model).....	43
4. Hasil Pengujian Hipotesis (Estimasi Koefisien Jalur).....	44

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan.....	45
1. Sejarah Perusahaan.....	45
2. Visi dan Misi Perusahaan.....	46
B. Analisis Karakteristik Profil Responden.....	46
C. Analisis Karakteristik Jawaban Responden	50
D. Metode Analisis Data.....	54
1. Evaluasi Measurement Model (Outer Model).....	54
2. Evaluasi Model Struktural atau Uji Hipotesis (Inner Model)	60
3. Hasil Pengujian Hipotesis(Estimasi Koefisien Jalur).....	64
E. Pembahasan Hasil Penelitian	66

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan	70
B. Saran	71
1. Saran Praktis.....	71
2. Saran Teoritis	73
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN	77



UNIVERSITAS
MERCU BUANA