

## DAFTAR ISI

<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I      PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Kontribusi Penelitian .....	9
<b>BAB II      KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA KONSEPTUAL</b>	
<b>DAN HIPOTESIS PENELITIAN</b>	
A. Kajian Pustaka .....	10
1. Manajemen Pemasaran .....	10
2. Keputusan Pembelian .....	13
3. Persediaan Produk .....	25
4. Iklan .....	29
5. Persepsi Konsumen.....	33
B. Hasil Penelitian Terdahulu .....	35
C. Pengembangan Hipotesis .....	38
D. Kerangka Pemikiran Teoritis .....	40
E. Hipotesis Penelitian .....	41

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Waktu dan Tempat Penelitian .....	42
B. Desain Penelitian .....	42
C. Definisi dan Operasional Variabel.....	43
D. Skala Pengukuran .....	46
E. Populasi dan Sampel Penelitian .....	46
F. Metode Pengumpulan Data .....	48
G. Metode Analisis Data .....	48

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum Penelitian.....	54
B. Karakteristik Jawaban Responden .....	55
C. Analisa Deskriptif .....	59
D. Model Struktural.....	63
E. Evaluasi Measurement (Outer) Model .....	65
F. Pengujian Model Struktural.....	75
G. <i>Goodness of Fit Model</i> .....	76
H. Pengujian Hipotesis .....	78
I. Pembahasan .....	81

### **BAB V SIMPULAN DAN SARAN**

A. Simpulan.....	85
B. Saran .....	85

### **DAFTAR PUSTAKA .....**

**88**

### **LAMPIRAN.....**

**93**