

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERNYATAAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Batasan Masalah.....	4
1.5 Sistematika Penulisan.....	4
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Strategi Pemasaran.....	6
2.1.1 Segmenting, Targeting, Positioning.....	10
2.1.1.1 Segmenting.....	10
2.1.1.2 Targeting.....	11
2.1.1.3 Positioning.....	12
2.1.2 Keputusan Pembelian.....	13
2.1.2.1 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	15
2.1.3 Pengertian dan Fungsi Baterai.....	21
2.1.3.1 Konstruksi Baterai.....	22
2.2 Penelitian Terdahulu.....	23
2.3 Kerangka Pemikiran.....	28
BAB 3 METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian.....	30
3.2 Jenis Data dan Informasi.....	30
3.2.1 Jenis Data.....	30
3.2.2 Sumber Data.....	30
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	31
3.4 Metode Pengolahan dan Analisis Data.....	31
3.4.1 Objek Penelitian.....	31

3.4.2 Populasi	31
3.4.3 Pemilihan Sampel.....	32
3.4.4 Variabel Penelitian	32
3.5 Langkah-Langkah Penelitian.....	33
3.5.1 Uji Reliabilitas.....	34
3.5.2 Uji Asumsi Klasik	35
3.5.2.1 Uji Normalitas	35
3.5.2.2 Uji Multikolinearitas	36
3.5.2.3 Uji Heteroskedastisitas	36
3.5.3 Uji Regresi Linier.....	37
3.6 Uji Hipotesis.....	38
3.6.1 Uji Statistik t.....	38
BAB 4 PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	
4.1 Pengumpulan Data	39
4.2 Pengolahan Data.....	41
4.2.1 Uji Statistik Deskriptif	41
4.2.2 Uji Validitas	42
4.2.3 Uji Reliabilitas.....	46
4.2.4 Uji Asumsi Klasik	47
4.2.4.1 Uji Normalitas	47
4.2.4.2 Uji Multikolinearitas	48
4.2.4.3 Uji Heteroskedastisitas	49
4.2.5 Uji Regresi Linier.....	51
4.2.6 Uji Hipotesis.....	53
4.2.6.1 Uji Statistik T	53
BAB 5 HASIL DAN PEMBAHASAN	
5.1 Hubungan Antara Variabel Segmenting (X1) dan Keputusan Pembelian (Y)	56
5.2 Hubungan Antara Variabel Targeting (X2) dan Keputusan Pembelian (Y)	57
5.3 Hubungan Antara Variabel Positioning (X3) dan Keputusan Pembelian (Y)	57
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1 Kesimpulan.....	59
6.2 Saran Penelitian.....	59
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN.....	65