

DAFTAR ISI

	Halaman
<i>ABSTRACT</i>	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi, Perumusan Masalah.....	9
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian.....	10
1.4. Manfaat dan Kegunaan Penelitian.....	11
BAB II. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	13
2.1. Kajian Teori.....	13
2.1.1 Pemasaran.....	13

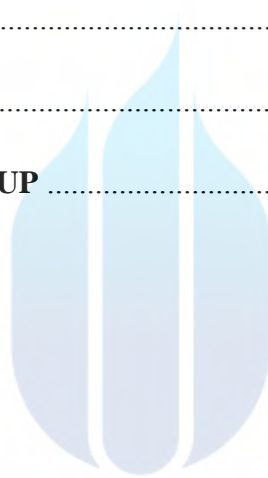
2.1.2. Managemen Pemasaran.....	14
2.1.3. Pengertian Bauran Pemasaran.....	15
2.1.4. Pengertian Produk.....	16
2.1.4.1 Klasifikasi Produk.....	17
2.1.4.2 Diferensiasi Produk.....	18
2.1.4.3 Pengembangan Manfaat Produk.....	19
2.1.4.4 Tingkatan Produk.....	21
2.1.4.5 Bauran Produk.....	22
2.1.5. Pengertian Harga.....	24
2.1.5.1 Menetapkan Harga.....	25
2.1.5.2. Strategi Penyusaian Harga.....	26
2.1.5.3. Pengembangan Metode Penetapan Harga.....	27
2.1.6. Pengertian Tempat / Saluran Distribusi.....	30
2.1.6.1. Fungsi Saluran Distribusi.....	31
2.1.6.2. Macam-macam Saluran Distribusi.....	32
2.1.7. Pengertian Promosi.....	34
2.1.7.1 Bauran Promosi.....	34
2.1.7.2 Keputusan Utama Promosi.....	36
2.1.7.3 Keputusan Utama Promosi.....	37

2.1.8. Keputusan Pembelian.....	40
2.1.8.1 Proses Pembelian Konsumen.....	41
2.1.9. Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	45
2.1.10. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	50
2.1.11. Pengaruh Tempat Terhadap Keputusan Pembelian.....	54
2.1.12. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	57
2.2. Kerangka Pemikiran.....	61
2.3. Hipotesis.....	62
BAB III. METODE PENELITIAN	63
3.1. Jenis/Design Penelitian.....	63
3.2. Variable Penelitian.....	63
3.2.1 Definisi Konsep.....	63
3.2.2 Definisi Operasional.....	65
3.3. Populasi dan Sample.....	68
3.3.1 Populasi.....	68
3.3.2 Sampel	68
3.4. Jenis dan Sumber Data.....	69
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	70
3.6. Instrumen Penelitian.....	70

3.6.1 Uji Instrumen.....	71
3.6.2 Pengujian Model Prediksi.....	75
3.6.3 Analisis Regresi.....	77
3.6.4 Uji Statistik F.....	78
3.6.5 Uji Statistik T.....	79
3.6.6 Uji Koefesien Determinasi.....	80
3.6.7 Analisis Dimensi.....	80
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASA	83
4.1. Deskripsi Perusahaan.....	83
4.1.1. Sejarah Perusahaan.....	83
4.1.2. Lingkup Dan Bidang Usaha.....	85
4.1.3. Sumber Daya.....	86
4.1.4. Tantangan Bisnis Perusahaan.....	86
4.1.5. Proses Atau Kegiatan Fungsi Bisnis.....	89
4.2. Hasil Penelitian Dan Pembahasan.....	90
4.3. Uji Coba Instrumen Penelitian.....	90
4.3.1 Uji Validitas.....	90
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	93
4.4. Analisis Deskripsi Variabel Penelitian.....	95

4.4.1 Analisis Deskripsi Variabel Produk.....	95
4.4.2 Analisis Deskripsi Variabel Harga.....	97
4.4.3 Analisis Deskripsi Variabel Tempat.....	98
4.4.4 Analisis Deskripsi Variabel Promosi.....	99
4.4.5 Analisis Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian.....	100
4.5. Gambaran Deskriptif.....	102
4.5.1 Analisis Data Variabel Produk.....	103
4.5.2 Analisis Data Variabel Harga.....	104
4.5.3 Analisis Data Variabel Tempat.....	106
4.5.4 Analisis Data Variabel Promosi.....	107
4.5.5 Analisis Data Variabel Keputusan Pembelian.....	108
4.6. Uji Asumsi Klasik.....	110
4.6.1 Uji Normalitas.....	110
4.6.2 Uji Multikolinearitas.....	112
4.6.3 Uji Heteroskedastisitas.....	113
4.7. Uji Hipotesis.....	114
4.7.1 Uji Hipotesis Secara Simultan (F).....	114
4.7.2 Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	116
4.8. Koefisien Determinasi (R^2)	120

4.9. Analisis Regresi Linear Berganda	121
4.10. Analisis Korelasi Antar Dimensi	122
BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN	126
5.1 Kesimpulan	126
5.2 Saran	127
DAFTAR PUSTAKA	129
LAMPIRAN	139
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	172



UNIVERSITAS
MERCU BUANA