

DAFTAR ISI

Daftar isi	Halaman
HALAM JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
CURICULUM VITAE.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	4
1.4.1 Tujuan Peneltian	4
1.4.2 Manfaat Penelitian	4
1.5 Asumsi Penelitian	5
BAB II : KAJIAN PUSTAKA	6
2.1 <i>Marketing Mix</i>	6
2.1.1 Pengertian <i>Marketing Mix</i>	6
2.2 Produk (<i>Product</i>).....	7
2.2.1 Pengertian Produk	7
2.2.2 Tingkatan Produk.....	8
2.2.3 Klasifikasi Produk.....	9
2.2.4 Kualitas Produk.....	9
2.2.5 Indikator Produk	10
2.3 Harga (<i>Price</i>).....	11
2.3.1 Pengertian Harga.....	11
2.3.2 Tujuan Penetapan Harga	12
2.3.3 Peran Harga.....	13
2.3.4 Indikator Harga	14
2.4 Lokasi (<i>Place</i>).....	14
2.4.1 Pengertian Lokasi.....	14
2.4.2 Pertimbangan Pemilihan Lokasi	16
2.4.3 Indikator Lokasi	17
2.5 Promosi (<i>Promotion</i>).....	17
2.5.1 Pengertian Promosi	17

2.5.2	Jenis Promosi	18
2.5.3	Media Promosi	19
2.5.4	Indikator Promosi.....	19
2.6	Keputusan Pembelian.....	20
2.6.1	Pengertian Keputusan Pembelian.....	20
2.6.2	Identifikasi Kebutuhan.....	21
2.6.3	Pencarian Informasi	21
2.6.4	Tahapan Dalam Pengambilan Keputusan Membeli.....	22
2.6.5	Indikator Keputusan Pembelian	22
2.7	Penelitian Terdahulu	23
2.8	Kerangka Berfikir dan Hipotesis.....	26
2.8.1	Kerangka Berfikir	26
2.8.2	Hipotesis.....	28
BAB III	: METODE PENELITIAN.....	29
3.1	Jenis Peneliatian.....	29
3.2	Definisi Operasional Variabel.....	29
3.3	Populasi dan Sampel	32
3.3.1	Populasi.....	32
3.3.2	Sampel.....	33
3.4	Sumer Data dan Metode Pengumpulan Data	33
3.4.1	Sumber Data.....	33
3.4.2	Metode Pengumpulan Data.....	34
3.5	Metode Analisis Data.....	35
3.5.1	Uji Validitas dan Uji Realibilitas	35
3.5.2	Uji Asumsi Klasik.....	37
3.5.3	Uji Analisis Regresi Linier Berganda	40
3.5.4	Uji Hipotesis	41
BAB IV	: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
4.1	Deskripsi Lokasi Penelitian	44
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	44
4.1.2	Tujuan Perusahaan	44
4.2	Temuan Penelitian.....	45
4.2.1	Deskripsi Data Responden.....	45
4.3	Deskripsi Hasil Frekuensi Kuesioner X ₁ , X ₂ , X ₃ , X ₄ , dan Y	48
4.3.1	Analisis Data	52
4.4	Pembahasan dan Hasil Kerangka Berfikir	65
4.4.1	Hasil Kerangka Berpikir	68
BAB V	: PENUTUP	70
5.1	Simpulan	70

5.2	Saran.....	70
-----	------------	----

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN