

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	2
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	4
KATA PENGANTAR.....	5
ABSTRAK	7
ABSTRACT	8
DAFTAR ISI.....	9
DAFTAR TABLE.....	12
DAFTAR GAMBAR.....	13
DAFTAR LAMPIRAN	14
BAB I PENDAHULUAN	15
2.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	15
2.1.1 Profil Perusahaan	15
2.1.2 Visi dan Misi	15
2.1.3 Logo Perusahaan	15
2.2 Latar Belakang Penelitian.....	16
2.3 Identifikasi Masalah.....	36
2.4 Tujuan Penelitian	37
2.5 Kegunaan Penelitian	38
2.5.1 Aspek Teoritis.....	38
2.5.2 Aspek Praktis.....	38
2.6 Sistematika Penulisan	38
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	39
2.1 Rangkuman Teori.....	39
2.1.1 Manajemen	39
2.1.2 Pemasaran	41
2.1.3 Manajemen Pemasaran	43
2.2 Bauran Pemasaran	45
2.2.1 Produk (Product)	46
2.2.2 Harga (Price).....	47
2.2.3 Tempat (Place)	48
2.2.4 Promosi (Promotion)	50
2.2.5 Karyawan (People)	51
2.2.6 Proses (Process)	52

2.2.7	Bukti Fisik (Physical evidence)	53
2.2.8	Productivity & Quality	54
2.3	Keputusan Pembelian	55
2.3.1	Dimensi Keputusan Pembelian	59
2.4	Hubungan Maketing Mix dan Keputusan Pembelian	60
2.5	Penelitian Terdahulu	63
2.5.1	Ulasan Penelitian Terdahulu	63
2.5.2	Ulasan Jurnal Nasional	70
2.6	Kerangka Penelitian	81
2.7	Hipotesis Penelitian	83
2.8	Ruang Lingkup Penelitian	83
BAB III METODE PENELITIAN		84
3.1	Jenis Penelitian	84
3.2	Variabel Operasional dan Skala Pengukuran	84
3.2.1	Variabel Operasional	84
3.2.2	Skala Pengukuran	90
3.3	Populasi dan Sampel	90
3.3.1	Populasi	90
3.3.2	Sampel	91
3.4	Pengumpulan Data	92
3.4.1	Data Primer	92
3.4.2	Sekunder	92
3.5	Uji Validitas dan Reliabilitas	92
3.5.1	Uji Validitas	92
3.5.2	Uji Reliabilitas	95
3.5.3	Method of Succesive Interval (MSI)	96
3.5.4	Uji Asumsi Klasik	97
3.5.5	Normalitas	97
3.5.6	Uji Heterokedastisitas	97
3.6	Teknik Analisis Data	98
3.6.1	Analisis Deskriptif	98
3.6.2	Analisis Regresi Linier Berganda	100
3.7	Pengujian Hipotesis	100
3.7.1	Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji - F)	100
3.7.2	Uji Signifikansi Parsial (Uji t)	101

3.8	Koefisien Determinasi	102
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		103
4.1	Pengumpulan Data	103
4.2	Karakteristik Responden	103
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	103
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	104
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	104
4.3.1	Analisis Deskriptif	105
4.3.2	Tanggapan Responden Mengenai Variabel Bauran Pemasaran 8P (X)	105
4.3.3	Tanggapan Responden Mengenai Variabel Keputusan Pembelian (Y)	116
4.4	Uji Asumsi Klasik Analisis Regresi Sederhana	121
4.4.1	Uji Normalitas	121
4.4.2	Uji Heteroskedastisitas	122
4.4.3	Method of Successive Interval (MSI)	122
4.4.4	Uji F (Simultan)	122
4.4.5	Uji t (Parsial)	123
4.5	Pembahasan Hasil Penelitian	126
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		131
5.1	Kesimpulan	131
5.2	Saran	132
5.2.1	Bagi Pengelola	132
5.2.2	Bagi Akademisi	133
DAFTAR PUSTAKA		134
Sumber Buku & Jurnal:		134
LAMPIRAN		137