

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1. Teh Botol Sosro	1
1.2. Latar Belakang	2
1.3. Perumusan Masalah Penelitian	8
1.4. Tujuan Penelitian	8
1.5. Manfaat Penelitian	9
1.5.1. Aspek Akademis	9
1.5.2. Aspek Praktis	9
1.6. Sistematika Penulisan Tugas Akhir	9
BAB II TINJAUAN PERPUSTAKAAN	12
2.1 Teori-teori Terkait Penelitian dan Penelitian Terdahulu	12
2.1.1. Pengertian Pemasaran	12
2.1.2. Bauran Pemasaran	13
2.1.3. Produk	14
2.1.4. Diferensiasi Produk	15
2.1.5. Keputusan Pembelian	17

2.1.6. Penelitian Terdahulu.....	22
2.2 Kerangka Pemikiran.....	28
2.3 Hipotesis Penelitian.....	28
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1 Jenis Penelitian.....	30
3.2 Oprasional Variabel	31
3.3 Tahapan Penelitian	33
3.4 Populasi dan Sampel	34
3.4.1 Populasi	34
3.4.2 Sampel.....	34
3.5 Pengumpulan Data	35
3.6 Uji Validitas dan Reabilitas	36
3.7 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	38
3.7.1 Analisis Deskriptif	38
3.7.2 Analisis Regresi Sederhana.....	40
3.7.3 Uji Asumsi Klasik (Uji Normalitas dan Uji Heterokedastisitas)	40
3.7.3.1 Uji Normalitas.....	41
3.7.3.2 Uji Heteroskedastisitas.....	41
3.7.4 Pengujian Hipotesis.....	42
3.7.5 Uji T	42
4.1 Hasil penelitian.....	43
4.1.1. Profil Responden.....	43
BAB V KESIMPULAN	54
5.1 Kesimpulan	54
5.2 Saran.....	56
DAFTAR PUSTAKA	57
LAMPIRAN.....	60