

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	1
1.1.1 Profil Perusahaan.....	1
1.1.2 Visi, Misi, dan Obyektif Perusahaan.....	1
1.2 Latar Belakang.....	2
1.3 Rumusan Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
1.6. Batasan Masalah	8
1.7. Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Pemasaran.....	10
2.1.2 Strategi Pemasaran	11
2.1.3 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	13
2.2 Penelitian Terdahulu.....	18
2.3 Kerangka Pemikiran	19
BAB III METODE PENELITIAN.....	20
3.1 Pendekatan Penelitian.....	20
3.2 Jenis Penelitian	20
3.3 Variabel Operasional	21

3.3.1 Profil Responden	22
3.4 Tahapan Penelitian	24
3.5 Populasi dan Sampel.....	24
3.5.1 Populasi	24
3.5.2 Sampel	24
3.6 Pengumpulan Data.....	26
3.7 Uji Keabsahan Data	26
3.7.1 Uji Validitas.....	26
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	26
3.8 Teknik Analisis Data	27
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	29
4.1 Analisis Karakteristik Responden	29
4.2 Hasil Penelitian.....	32
4.2.1 Hasil Uji Validitas	32
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas	34
4.3 Analisis Deskriptif.....	36
4.3.1 Deskriptif <i>Product</i> (X1)	36
4.3.2 Deskriptif <i>Price</i> (X2).....	38
4.3.3 Deskriptif <i>Promotion</i> (X3)	39
4.3.4 Deskriptif <i>Place</i> (X4)	41
BAB V KESIMPULAN & SARAN.....	43
5.1 Kesimpulan.....	43
5.2 Saran	44
5.2.1 Saran Bagi Crocs	44
5.2.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya.....	45
DAFTAR PUSTAKA	46
LAMPIRAN	50