

DAFTAR ISI

HALAMAN SKRIPSI LUAR	i
HALAMAN SKRIPSI DALAM	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ABSTRAK	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar belakang.....	1
B. Identifikasi masalah	11
C. Rumusan masalah.....	12
D. Tujuan penelitian.....	13
E. Manfaat penelitian.....	14
F. Ruang lingkup dan keterbatasan lingkungan	15
G. Penegasan istilah	15
H. Sistematika pembahasan skripsi.....	19
BAB II LANDASAN TEORI	21
A. Teori Pemasaran.....	21
1. Pengertian pemasaran.....	21
2. Bauran Pemasaran	22
a. Produk (<i>product</i>)	23
b. Harga (<i>price</i>)	25
c. Promosi (<i>promotion</i>)	28

d. Tempat atau Saluran Distribusi (<i>place</i>).....	32
e. Orang (<i>people</i>)	34
f. Proses (<i>process</i>)	36
g. Bukti Fisik (<i>physical evidence</i>)	38
B. Teori Perilaku Konsumen	40
1. Pengertian perilaku konsumen	40
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen.....	40
C. Teori Keputusan Pembelian.....	41
1. Pengenalan masalah	43
2. Pencarian Informasi	43
3. Evaluasi alternatif	45
4. Keputusan pembelian	46
5. Perilaku setelah pembelian	47
D. Penelitian terdahulu.....	47
E. Kerangka konseptual.....	51
F. Hipotesis penelitian.....	51
BAB III METODE PENELITIAN	52
A. Pendekatan dan jenis penelitian	52
1. Pendekatan	52
2. Jenis Penelitian	52
B. Populasi, <i>sampling</i> dan sampel penelitian	53
1. Populasi.....	53
2. <i>Sampling</i>	53
3. Sampel Penelitian	53
C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran	55
1. Sumber Data.....	55
2. Variabel Penelitian.....	55
3. Skala Pengukuran.....	56
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian.....	57
1. Teknik Pengumpulan Data.....	57

2. Instrumen Penelitian Data	58
E. Teknik Analisis Data.....	63
1. Uji Validitas dan Reliabilitas	63
2. Uji Normalitas	64
3. Uji Asumsi Klasik.....	65
4. Analisis Regresi Linier Berganda	67
5. Pengujian Hipotesis	69
a. Uji t (Parsial)	69
b. Uji F (Simultan)	69
6. Uji Koefisien Determinansi	70
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	71
A. Deskripsi objek penelitian.....	71
1. Sejarah Berdirinya Butik Batik Gajah Mada Tulungagung	71
2. Lokasi Butik Batik Gajah Mada Tulungagung	72
3. Visi dan Misi Butik Batik Gajah Mada Tulungagung	73
4. Bauran Pemasaran yang di Terapkan Butik Batik Gajah Mada Tulungagung	73
B. Deskripsi Responden.....	77
1. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	78
2. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia.....	79
C. Deskripsi Variabel Penelitian	80
D. Analisis Data	97
1. Uji Validitas dan Reliabilitas	97
2. Uji Normalitas.....	107
3. Uji Asumsi Klasik	114
a. Uji Multikolinieritas	114
b. Uji Heteroskedastisitas	116
4. Uji Regresi Linier Berganda	117
5. Uji Hipotesis	119
a. Uji t (Parsial)	119

b. Uji F (Simultan)	124
6. Uji Koefisien Determinasi	125
BAB V PEMBAHASAN	127
A. Pengaruh Variabel Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Butik Batik Gajah Mada Tulungagung	127
B. Pengaruh Variabel Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Butik Batik Gajah Mada Tulungagung	128
C. Pengaruh Variabel Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Butik Batik Gajah Mada Tulungagung	129
D. Pengaruh Variabel Tempat Terhadap Keputusan Pembelian pada Butik Batik Gajah Mada Tulungagung	130
E. Pengaruh Variabel Orang Terhadap Keputusan Pembelian pada Butik Batik Gajah Mada Tulungagung	131
F. Pengaruh Variabel Proses Terhadap Keputusan Pembelian pada Butik Batik Gajah Mada Tulungagung	133
G. Pengaruh Variabel Bukti Fisik Terhadap Keputusan Pembelian pada Butik Batik Gajah Mada Tulungagung	134
H. Pengaruh Variabel Bauran Pemasaran (Produk, Harga, Promosi, Tempat, Orang, Proses, dan Bukti Fisik) Terhadap Keputusan Pembelian pada Butik Batik Gajah Mada Tulungagung	135
BAB VI PENUTUP	137
A. Kesimpulan	137
B. Saran	138
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	