

## DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan .....	
Halaman Sampul Dalam .....	
Halaman Pernyataan Keaslian Tulisan .....	
Halaman Persetujuan pembimbing .....	iii
Halaman Pengesahan Penguji .....	iv
Halaman Motto .....	v
Halaman Persembahan .....	vi
Kata Pengantar .....	vii
Daftar Isi .....	ix
Daftar Gambar dan Tabel.....	xii
Daftar Lampiran .....	xiii
Abstrak .....	xiv
Abstract .....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	6
C. Rumusan Masalah .....	7
D. Tujuan Penelitian .....	8
E. Kegunaan Penelitian .....	9
F. Keterbatasan Penelitian.....	9
G. Penegasan Istilah.....	10
H. Sistematika Penulisan .....	11
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pemasaran .....	14
1. Peranan Pemasaran .....	16
2. Konsep Pemasaran .....	17
B. Manajemen Pemasaran.....	18
C. <i>Marketing Mix</i> .....	19
1. Produk .....	21

2. Harga .....	24
3. Promosi .....	28
4. Tempat/distribusi .....	35
D. Kualitas Pelayanan .....	38
E. Keputusan Pembelian .....	40
F. Hubungan Produk Dengan Keputusan Pembelian .....	46
G. Hubungan Harga Dengan Keputusan Pembelian .....	47
H. Hubungan Tempat Dengan Keputusan Pembelian.....	47
I. Hubungan Promosi Dengan Keputusan Pembelian .....	48
J. Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Keputusan Pembelian .....	48
K. Penelitian Terdahulu .....	49
L. Kerangka Konseptual .....	52
M. Hipotesis Penelitian.....	54
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Pendekatan Penelitian .....	55
B. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian .....	55
C. Sumber, Variabel dan Skala Pengukuran .....	58
D. Teknik Pengumpulan Data .....	61
E. Teknik Analisis Data .....	65
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN</b>	
A. Deskripsi Data Penelitian .....	71
B. Deskripsi Variabel.....	76
C. Analisis Data .....	88
<b>BAB V PEMBAHASAN</b>	
A. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada UD. Adam Tani .....	104
B. Pengaruh produk terhadap keputusan pembelian pada UD. Adam Tani.....	105
C. Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian pada UD. Adam Tani.....	107

D. Pengaruh tempat terhadap keputusan pembelian pada UD. Adam Tani .....	109
E. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada UD. Adam Tani.....	111
F. Pengaruh harga, produk, promosi, tempat dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada UD. Adam Tani.....	112
 <b>BAB VI PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	116
B. Saran .....	117
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	119
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	