

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar	i
Halaman Sampul dalam	ii
Halaman Persetujuan	iii
Halaman Pengesahan.....	iv
Halaman Motto.....	v
Halaman Persembahan.....	vi
Kata Pengantar.....	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel.....	xi
Daftar Gambar	xii
Daftar Lampiran	xiii
Abstrak.....	xiv

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Ruang Lingkup Dan Penegasan Islitah	9
F. Sistematika Penulisan Skripsi	11

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teoritis	14
1.Manajemen Pemasaran.....	14
2. Dasar Ekonomi Pemasaran.....	15
3. Keputusan Pembelian.....	16
4. Konten <i>Marketing</i>	19
5. Garansi Produk	22
B. Penelitian Terdahulu	24
C. Kerangka konseptual	27

D. Hipotesis Penelitian.....	28
BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian.....	29
B. Populasi ,Sampling dan Sampel	29
C. Sumber Data,Variabel dan Skala Pengukuran	31
D. Tehnik pengumpulan Data Dan Isntrumen Penelitian	34
E. Analisis Data	41
BAB IV : HASIL PENELITIAN	
A. Gambaran Umum Ojek Penelitian	46
B. Karakteristik responden.....	47
C. Uji Asumsi Klasik	48
D. Uji Hipotesis.....	50
BAB V : PEMBAHASAN	
A. Pengaruh Konten <i>Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Toko <i>Topsell</i> Tulungagung	56
B. Pengaruh Garansi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen <i>Topsell</i> Tulungagung	59
C. Pengaruh Konten <i>Marketing</i> , Garansi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko <i>Topsell</i> Tulungagung.....	62
BAB VI : PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	64
B. Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN.....	72