

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar.....	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Halaman Persetujuan pembimbing	iii
Halaman Pengesahan Penguji	iv
Halaman Motto.....	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar.....	xiii
Daftar Lampiran	xiv
Abstrak	xv
Abstract	xvi

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian	10
F. Penegasan Istilah	11
G. Sistematika Penulisan.....	13

BAB II : LANDASAN TEORI

A. Manajemen Pemasaran.....	14
B. Harga	14
1. Pengertian Harga	14
2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga.....	16
3. Indikator Harga.....	16

C. Kepercayaan Merek.....	17
1. Pengertian Kepercayaan Merek.....	18
2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan Merek	19
3. Indikator Kepercayaan Merek	19
D. Promosi.....	20
1. Pengertian Promosi.....	20
2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Promosi	21
3. Indikator Promosi	22
E. Keputusan pembelian	23
1. Pengertian Keputusan Pembelian	23
2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	23
3. Indikator Keputusan Pembelian.....	24
F. Hubungan Antar Variabel.....	25
G. Penelitian Terdahulu.....	27
H. Kerangka Konseptual	34
I. Hipotesis Penelitian	35

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	36
B. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian	37
C. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran.....	39
D. Teknik Pengumpulan data dan Instrumen Penelitian	41
E. Analisis Data	43

BAB IV : HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	46
B. Paparan Hasil Penelitian.....	47
C. Hasil Analisis Data	56

BAB V : PEMBAHASAN

- A. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Serum Somethinc paada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung 68
- B. Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Serum Somethinc paada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung 69
- C. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Serum Somethinc paada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung 71
- D. Pengaruh Harga, Kepercayaan Merek, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Serum Somethinc paada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung..... 73

BAB VI : PENUTUP

- A. Kesimpulan..... 75
- B. Saran 76

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN