

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	
HALAMAN SAMPUL DALAM	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
HALAMAN ABSTRAK	xv
BAB 1 : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
E. Penegasan Istilah	8
F. Sistematika Pembahasan	10
BAB II : LANDASAN TEORI	12
A. Teori Dasar (<i>Grand Theory</i>)	12
B. Manajemen Pemasaran	17
C. Penelitian Terdahulu	31
D. Kerangka Pemikiran	35
E. Hipotesis Penelitian	38
BAB III : METODE PENELITIAN	40
A. Tempat dan Waktu Penelitian	40

B. Populasi dan Sampel	40
C. Teknik Pengambilan Sampel	42
D. Metode Pengumpulan Data	43
E. Definisi Operasional Variabel	44
F. Metode Analisis Data	46
G. Uji Kualitas Data	47
H. Uji Asumsi Klasik	51
I. Pengujian Hipotesis	53
BAB IV : HASIL PENELITIAN	59
A. Hasil Penelitian.....	59
1. Gambaran Umum Objek Penelitian	59
2. Deskripsi Responden.....	61
3. Gambaran Umum Variabel.....	66
4. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	72
a. Uji Normalitas	72
b. Uji Linieritas	73
c. Uji Multikolinieritas	74
d. Uji Heteroskedastisitas	75
5. Pengujian Hipotesis	76
a. Uji Regresi Linier Berganda	76
b. Uji t.....	78
c. Uji F.....	80
d. Uji Koefisien Determinasi	82
BAB V PEMBAHASAN	83
A. Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian produk kesehatan Herbal di Tulungagung.....	83
B. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian produk kesehatan Herbal di Tulungagung	85

C. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian produk kesehatan Herbal di Tulungagung	87
D. Pengaruh Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk kesehatan Herbal di Tulungagung.....	89
BAB VI PENUTUP	91
A. Kesimpulan	91
B. Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN	