

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR.....	1
HALAMAN SAMPUL DALAM .....	2
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
<i>ABSTRACT</i> .....	xvi
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
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 Masalah .....	15
G. Penegasan Istilah .....	16
H. Sistematika Skripsi .....	18
<b>BAB II : KAJIAN PUSTAKA</b>	
A. Landasan Teori.....	20
1. Startegi Pemasaran .....	20
2. Pengertian Pemasaran.....	21
3. Bauran Pemasaran .....	22
4. Kajian Penelitian Terdahulu.....	39
5. Kerangka Konseptual.....	42
6. Hipotesis .....	44

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian.....	47
B. Populasi Dan Sampel Penelitian .....	48
C. Sumber Data, Variabel Dan Skala Pengukuran .....	51
D. Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian .....	54
E. Teknik Analisis Data .....	60
1. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	61
2. Uji Asumsi Klasik.....	66
3. Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	68
4. Uji Hipotesis.....	69
5. Uji Koefisiensi Determinasi.....	70

### **BAB IV : HASIL PENELITIAN**

A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	71
B. Karakteristik Responden.....	72
C. Uji Analisis Data .....	73
1. Uji Asumsi Klasik.....	73
2. Uji Analisis Regresi Berganda.....	76
3. Uji Hipotesis.....	78
4. Uji Koefisiensi Determinasi.....	82

### **BAB V : PEMBAHASAN**

A. Pengaruh Produk Terhadap keputusan pembelian Konsumen Pada Cendol Agrosend .....	83
B. Pengaruh Harga Terhadap keputusan pembelian Konsumen Pada Cendol Agrosend .....	85
C. Pengaruh Tempat Terhadap keputusan pembelian Konsumen Pada Cendol Agrosend .....	87
D. Pengaruh promosi Terhadap keputusan pembelian Konsumen Pada Cendol Agrosend .....	88
E. Pengaruh Partisipan Terhadap keputusan pembelian Konsumen Pada Cendol Agrosend .....	89
F. Pengaruh Proses Terhadap keputusan pembelian Konsumen Pada Cendol Agrosend.....	90
G. Pengaruh Bukti Fisik Terhadap keputusan pembelian Konsumen Pada Cendol Agrosend .....	91
H. Pengaruh variabel bauran pemasaran Terhadap keputusan pembelian Konsumen Pada Cendol Agrosend.....	92

**BAB VI : PENUTUP**

A. Kesimpulan ..... 94  
B. Saran ..... 97

**DAFTAR PUSTAKA ..... 99**

**LAMPIRAN ..... 103**

## DAFTAR TABEL

### Tabel

3.1 Instrumen Penelitian.....	53
3.2 Hasil Uji Validitas Produk (X <sub>1</sub> ).....	57
3.3 Hasil Uji Validitas Harga (X <sub>2</sub> ).....	58
3.4 Hasil Uji Validitas Tempat (X <sub>3</sub> ).....	58
3.5. Hasil Uji Validitas Promosi (X <sub>4</sub> ).....	59
3.6. Hasil Uji Validitas Partisipan (X <sub>5</sub> ).....	59
3.7. Hasil Uji Validitas Proses (X <sub>6</sub> ).....	60
3.8. Hasil Uji Validitas Bukti Fisik (X <sub>7</sub> ).....	60
3.9. Hasil Uji Reliabilitas .....	61
4.1 Karakteristik Responden Jenis Kelamin.....	69
4.2 Karakteristik Responden Usia .....	69
4.3 Uji Normalitas.....	70
4.4 Uji Multikolinearitas .....	71
4.5 Uji Heteroskedastisitas .....	72
4.6 Uji Regresi Linear Berganda .....	73
4.7 Uji F.....	75
4.8 Uji t.....	76
4.9 Uji Koefisien Determinasi .....	78

## DAFTAR GAMBAR

Gambar

Kerangka konseptual penelitian..... 42

Gambar Uji P - Plot..... 131