

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Halaman Persetujuan	iii
Halaman Pengesahan	iv
Halaman Moto	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar	xiii
Daftar Lampiran	xiv
Abstrak	xiv
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	11
D. Kegunaan Penelitian	12
E. Batasan Penelitian	13
F. Definisi Operasional	14
G. Sistematika Penulisan	15

BAB II : LANDASAN TEORI

A. Pemasaran	17
1. Pemasaran	17
2. Bauran Pemasaran.....	23
a. Produk.....	25
b. Harga.....	30
c. Lokasi.....	36
d. Promosi	40
e. Orang/Karyawan.....	49
f. Proses	52
g. Bukti Fisik.....	54
3. Perilaku Konsumen.....	56
B. Penelitian Terdahulu	68
C. Kerangka Berfikir	77
D. Hipotesis	78

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian	80
B. Populasi, Sampel Dan Teknik Sampling	82
C. Sumber Data, Variabel Dan Skala Pengukuran	84
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian.....	86
E. Teknik Analisis Data.....	92
F. Metode Analisis Data.....	92

BAB IV : HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Objek Penelitian	100
B. Deskripsi Responden Penelitian	113
C. Analisis Data	126

BAB V : PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

A. Pembahasan Rumusan Masalah I.....	152
B. Pembahasan Rumusan Masalah II	154
C. Pembahasan Rumusan Masalah III	157
D. Pembahasan Rumusan Masalah IV	160
E. Pembahasan Rumusan Masalah V	163
F. Pembahasan Rumusan Masalah VI.....	164
G. Pembahasan Rumusan Masalah VII	167
H. Pembahasan Rumusan Masalah VIII	169

BAB VI : PENUTUP

A. Kesimpulan	172
B. Saran	175

DAFTAR RUJUKAN

177

LAMPIRAN-LAMPIRAN