

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA.	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang.....	1-6
B. Perumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Metode Penelitian	7
F. Sistematika Penulisan	9-10

BAB II LANDASAN TEORI

A. Pengertian Pemasaran	11
-------------------------------	----

B. Pengertian Bauran Pemasaran	13
C. Variabel Bauran Pemasaran	15
D. Keputusan Pembelian	24

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Ruang Lingkup Penelitian.....	34
B. Jenis Penelitian	34
C. Populasi dan Sampel.....	35
D. Teknik Pengambilan Sampel.....	35
E. Jenis Data Penelitian.....	36
F. Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel.....	37
G. Pengujian Kualitas Data	39
1. Pengujian Validitas	39
2. Pengujian Reabilitas.....	40
3. Pengujian Asumsi Klasik	40
a. Uji Normalitas.....	40
b. Uji Multikolinieritas	41
c. Uji Hipotesis	41

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Uji Validitas	43
B. Uji Reliabilitas	47
C. Hasil Penyebaran Kuesioner	47

D. Analisis Identitas Responden	
E. Uji Asumsi Klasik	51
1. Hasil Uji Normalitas	52
2. Hasil Uji Multikolinieritas	52
F. Analisis Deskriptif Dimensi Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Konsumen	53
G. Uji Analisis Linier Berganda.....	67
H. Pembahasan Hasil dan Analisis	70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan	73
B. Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN	78

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Data Perkembangan Penjualan Perusahaan	05
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Variabel Produk.....	42
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel Harga	43
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi	43
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Tempat	44
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	44
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas	45
Tabel 4.7 Hasil Penyebaran Kuisisioner	45
Tabel 4.8 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 4.9 Profil Responden Berdasarkan Usia	47
Tabel 4.10 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	47
Tabel 4.11 Profil Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	48
Tabel 4.12 Profil Responden Berdasarkan Penghasilan	49
Tabel 4.13 Uji Normalitas Data	50
Tabel 4.14 Uji Multikolinearitas	51
Tabel 4.15 Pusat Perkulakan Indogrosir menyediakan beragam produk.....	51
Tabel 4.16 Kualitas Barang yang ditawarkan dalam kondisi baik	52
Tabel 4.17 Kemasannya yang menarik	53
Tabel 4.18 Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk	53
Tabel 4.19 Harga yang ditawrkan pada hari raya tetap terjangkau	54

Tabel 4.20 Penawaran harga yang lebih tinggi tidak mempengaruhi membeli produk	55
Tabel 4.21 Iklan media massa memberikan informasi	56
Tabel 4.22 Pameran diselenggarakan untuk menarik minat konsumen	57
Tabel 4.23 Promosi dari mulut ke mulut membuat minat konsumen	58
Tabel 4.24 Adanya lahan parkir yang luas	59
Tabel 4.25 Lokasi yang mudah dijangkau	60
Tabel 4.26 Penempatan penjualan produk memudahkan memilih barang	60
Tabel 4.27 Tempat penjualan produk bersih dan nyaman	61
Tabel 4.28 Membeli produk karena harganya sesuai dan bisa diterima	62
Tabel 4.29 Membeli produk dalam skala besar	63
Tabel 4.30 Memutuskan membeli produk karena lokasinya	64
Tabel 4.31 Memutuskan berbelanja karena banyak yang berbelanja	65
Tabel 4.32 Rekapitulasi jawaban responden	66
Tabel 4.33 Koefisien korelasi	74
Tabel 4.34 Hasil uji F	75
Tabel 4.35 Koefisien regresi berganda	76