

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Asumsi Penelitian	8
E. Hipotesis Penelitian	9
F. Kegunaan penelitian	10
G. Ruang Lingkup Penelitian	10
H. Definisi Istilah	13
I. Kajian Penelitian Terdahulu	14
BAB II LANDASAN TEORI	18
A. Bauran produk (<i>Marketing Mix</i>).....	18
B. Perilaku Konsumen.....	21

C. Lokasi	23
D. Bagi Hasil	26
E. <i>Personal Selling</i>	30
F. Keputusan Anggota	34
G. Teori Hubungan Antar Variabel X dan Y	40
BAB III METODE PENELITIAN	42
A. Rancangan Penelitian	42
B. Populasi dan Sampel	43
C. Sumber Data	45
D. Instrumen Data	46
E. Pengumpulan data	48
F. Analisis Data	49
BAB IV DESKRIPSI, PEMBUKTIAN, PEMBAHASAN	62
A. Deskripsi Data.....	62
B. Pembuktian Hipotesis	84
C. Pembahasan	89
BAB V PENUTUP	95
A. Kesimpulan	95
B. Saran	95
DAFTAR RUJUKAN	97
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	103
LAMPIRAN-LAMPIRAN	104
RIWAYAT HIDUP.....	133

