

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMBUNG.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat atau Kegunaan Penelitian.....	11
E. Asumsi Penelitian.....	12
F. Hipotesis Penelitian.....	14
G. Ruang Lingkup Penelitian.....	15
H. Definisi Istilah.....	17
I. Kajian Penelitian Terdahulu.....	18
BAB II KAJIAN TEORI.....	27
A. Kajian Tentang Manajemen Pemasaran.....	27
B. Kajian Tentang <i>Marketing Mix</i>	31
C. Kajian Tentang Harga (<i>Price</i>).....	34
D. Kajian Tentang Produk (<i>Product</i>).....	39
E. Kajian Tentang Lokasi (<i>Place</i>).....	43
F. Kajian Tentang Promosi (<i>Promotion</i>).....	46
G. Kajian Tentang Keputusan Pembelian.....	50
H. Kajian tentang Hubungan Pengaruh X terhadap Variabel Y.....	56

BAB III METODE PENELITIAN.....	59
A. Rancangan Penelitian	59
B. Populasi dan Sampel	62
C. Sumber Data.....	64
D. Instrumen Penelitian.....	65
E. Pengumpulan Data	68
F. Analisis Data	70
BAB IV DESKRIPSI,PEMBUKTIAN, DAN PEMBAHASAN.....	79
A. Deskripsi Data.....	79
B. Pembuktian Hipotesis	104
C. Pembahasan.....	113
BAB V PENUTUP.....	122
A. Kesimpulan	122
B. Saran.....	124
DAFTAR RUJUKAN	126
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	131
RIWAYAT HIDUP.....	186