

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN Sampul	
HALAMAN Judul.....	
HALAMAN Persetujuan	iii
HALAMAN Pengesahan.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Kegunaan Penelitian.....	10
E. Ruang Lingkup Penelitian	12
F. Asumsi Penelitian	14
G. Hipotesis Penelitian.....	15
H. Definisi Istilah.....	15
I. Kajian Penelitian Terdahulu.....	16

BAB II KAJIAN TEORI.....	20
A. Manajemen Pemasaran	20
B. Kualitas Produk	24
1. Pengertian Kualitas Produk.....	24
2. Dimensi Kualitas Produk	25
C. Promosi.....	27
1. Pengertian Promosi	27
2. Tujuan Promosi	27
3. Indikator Promosi.....	29
D. Keputusan Pembelian	32
1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	32
2. Indikator Keputusan Pembelian	33
3. Proses Keputusan Pembelian	33
E. Hubungan Kualitas Produk dan Promosi dengan Keputusan Pembeli	an
Konsumen.....	36
BAB III METODE PENELITIAN.....	37
A. Rancangan Penelitian	37
B. Populasi dan Sampel	38
C. Sumber Data	41
D. Instrumen Penelitian.....	41
E. Pengumpulan Data	46
F. Analisis Data	47
BAB IV HASIL PENELITIAN	55

A. Deskripsi Data.....	55
B. Pembuktian Hipotesis	64
C. Pembahasan.....	78
BAB V PENUTUP.....	87
A. Kesimpulan.....	87
B. Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA	89
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	
RIWAYAT HIDUP	