

DAFTAR ISI

	Hal
Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan.....	ii
Halaman Bebas Plagiarisme.....	iii
Halaman Motto.....	iv
Halaman Persembahan.....	v
Kata Pengantar.....	vi
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel.....	xii
Bab.I Pendahuluan	
1.1 Latar belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	4
1.3 Batasan Masalah.....	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	5
Bab.II Landasan Teori	
2.1 Pengertian Pemasaran.....	6
2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	7
2.3 Konsep Pemasaran.....	8
2.4 Fungsi Pemasaran.....	10

2.5 Prilaku Konsumen	11
2.5.1 Pengertian Perilaku Konsumen.....	11
2.5.2 Teori-teori Prilaku Konsumen	13
2.5.3 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku konsumen.....	18
2.5.4 Tahap-tahap Dalam Proses Pengambilan Keputusan Untuk Membeli.....	25
2.6 Produk dan Atribut Produk	28
2.6.1 Pengertian Produk.....	28
2.6.2 Atribut Produk	29
2.6.3 Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian	33
2.7 Penelitian Terdahulu.....	34
2.8 Hipotesis	35
Bab.III Metode Penelitian	
3.1 Gambaran Singkat Produk	37
3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	41
3.3 Data dan Metode Pengumpulan Data	42
3.3.1 Jenis Data	42
3.3.2 Metode Pengumpulan Data.....	43
3.3.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	44
3.4 Populasi dan Sampel.....	47

3.5 Teknik Analisis Data.....	48
3.5.1 Metode Analisis Kualitatif.....	48
3.5.2 Metode Analisis Kuantitatif.....	49
Bab.IV Analisis Data	
4.1 Karakteristik Responden.....	54
4.1.1 Usia Responden	54
4.1.2 Pekerjaan Responden.....	55
4.1.3 Penghasilan Responden	55
4.2 Analisis Kualitatif.....	56
4.2.1 Harga (X_1).....	57
4.2.2 Desain dan Warna (X_2).....	57
4.2.3 Kualitas (X_3)	58
4.2.4 Pelayanan (X_4).....	59
4.2.5 Keputusan Pembelian (Y).....	60
4.3 Analisis Kuantitatif.....	61
4.3.1 Analisis Linier Berganda	61
4.3.2 Uji Statistik	64
Bab.V Penutup	
5.1 Kesimpulan	73
5.2 Saran	75
Daftar Pustaka	
Lampiran	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Hasil Uji Validitas Instrumen	45
Tabel 3.2	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	47
Tabel 4.1	Klasifikasi Responden Menurut Usia	54
Tabel 4.2	Klasifikasi Responden Menurut Pekerjaan.....	55
Tabel 4.3	Klasifikasi Responden Menurut Tingkat Penghasilan..	56
Tabel 4.4	Tanggapan Responden Terhadap Harga	57
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Terhadap Desain dan Warna....	58
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Terhadap Kualitas.....	59
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Terhadap Pelayanan	60
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian	61
Tabel 4.9	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	62