

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| HALAMAN SAMPUL | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN | ii |
| HALAMAN PERNYATAAN | iii |
| KATA PENGANTAR | iv |
| ABSTRAK | vi |
| ABSTRACT | vii |
| DAFTAR ISI | viii |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian | 1 |
| 1.2 Latar Belakang | 6 |
| 1.3 Perumusan Masalah | 11 |
| 1.4 Tujuan Penelitian | 11 |
| 1.5 Kegunaan Penelitian | 11 |
| 1.6 Sistematika Penulisan | 12 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 13 |
| 2.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian | 14 |
| 2.1.2 Teori Perilaku Konsumen | 17 |
| 2.1.3 Pengertian Pemasaran | 18 |

| | |
|---|-----------|
| 2.1.4 Bauran Pemasaran | 19 |
| 2.1.5 Penelitian Terdahulu | 25 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 27 |
| 3.1 Jenis Penelitian | 27 |
| 3.2 Variabel Penelitian | 27 |
| 3.3 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran | 29 |
| 3.4 Tahapan Penelitian | 31 |
| 3.5 Pengumpulan Data | 35 |
| 3.6 Uji Validitas, Korelasi dan Reliabilitas | 36 |
| 3.7 Teknik Analisis | 39 |
| 3.8 Uji Regresi Linier Sederhana | 40 |
| 3.9 Uji Hipotesis | 41 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 43 |
| 4.1 Hasil Penelitian | 43 |
| 4.2 Deskripsi Hasil Data Penelitian | 46 |
| 4.3 Analisis Data | 56 |
| 4.4 Uji Normalitas | 59 |
| 4.5 Analisis Regresi Linier Sederhana | 60 |
| 4.6 Pembahasan | 63 |

| | |
|----------------------------------|----|
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | 65 |
| 5.1 Kesimpulan | 65 |
| 5.2 Saran | 65 |
| LAMPIRAN | 70 |