

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang	3
1.3 Identifikasi Masalah	12
1.4 Tujuan Penelitian	13
1.5 Kegunaan Penelitian.....	13
1.6 Waktu dan Periode Penelitian	14
1.7 Sistematika Penulisan	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	15
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	15
2.1.1 <i>Marketing</i> (Pemasaran).....	15
2.1.2 <i>Marketing mix</i> (Bauran Pemasaran).....	16
2.1.3 <i>Product</i> (Produk)	16
2.1.4 <i>Price</i> (Harga)	19
2.1.5 <i>Promotion</i> (Promosi)	20
2.1.6 <i>Place</i> (Tempat).....	22
2.1.7 Perilaku Konsumen.....	23
2.1.8 <i>Culture Influences</i>	27
2.1.9 <i>Purchase Intention</i> (<i>Minat Beli</i>)	27

2.1.10 Hubungan <i>Product</i> dengan <i>Purchase intention</i>	28
2.1.11 Hubungan <i>Price</i> dengan <i>Purchase intention</i>	28
2.1.12 Hubungan <i>Promotion</i> dengan <i>Purchase Intention</i>	29
2.1.13 Hubungan <i>Place</i> dengan <i>Purchase Intention</i>	29
2.1.14 Hubungan <i>Cultural Influences</i> dengan <i>Purchase Intention</i>	29
2.2 Penelitian Terdahulu	29
2.2.1 Ulasan Penelitian Terdahulu	30
2.3 Kerangka Pemikiran.....	42
2.4 Hasil Hipotesis	43
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	44
BAB III METODE PENELITIAN	45
3.1 Jenis Penelitian.....	45
3.2 Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran.....	45
3.2.1 Operasional Variabel	45
3.2.2 Skala Pengukuran.....	49
3.3 Tahap Penelitian.....	49
3.4 Populasi dan Sampel	50
3.4.1 Populasi.....	50
3.4.2 Sampel.....	50
3.4.3 Teknik Sampling	51
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	52
3.6.1 Uji Validitas	52
3.6.2 Uji Reliabilitas	55
3.7 Teknik Analisis Data.....	58
3.7.1 Analisis Deskriptif	58
3.7.2 Uji Methods Successive Internal (MSI)	59
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	60
3.7.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	61
3.7.5 Uji Hipotesis	62
3.7.6 Koefisien Determinasi (R ²)	64
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	65

4.1 Pengumpulan Data	65
4.2 Karakteristik Responden	65
4.2.1 Karakteristik Berdasarkan Asal Provinsi	65
4.2.2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	65
4.2.3 Karakteristik Berdasarkan Usia	67
4.2.4 Karakteristik Berdasarkan Pendapatan Pekerjaan.....	68
4.2.5 Karakteristik Berdasarkan Pendapatan Perbulan	69
4.3 Hasil Penelitian	70
4.3.1 Analisis Deskriptif	70
4.3.2 Methode of Succesive Interval (MSI)	70
4.3.3 Analisis Regresi Linier Berganda	91
4.3.4 Uji Hipotesis	93
4.5 Pembahasan Hasil penelitian	98
4.5.1 Variabel <i>Product</i>	98
4.5.2 Variabel <i>Price</i>	98
4.5.3 Variabel <i>Promotion</i>	99
4.5.4 Variabel <i>Place</i>	99
4.5.5 Variabel <i>Cuture Influences</i>	99
4.5.6 Variabel <i>Purchase Intention</i>	100
4.5.7 Pengaruh <i>Product</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	100
4.5.8 Pengaruh <i>Price</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	100
4.5.9 Pengaruh <i>Promotion</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	101
4.5.10 Pengaruh <i>Place</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	101
4.5.11 Pengaruh <i>Culture Influences</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	101
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	103
5.1 Kesimpulan	103
5.2 Saran	104
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan.....	105
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya.....	106
DAFTAR PUSTAKA	107
LAMPIRAN	