

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>1</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>3</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>4</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>5</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>7</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>8</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>9</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>9</b>
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	9
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	10
1.3 Perumusan Masalah.....	16
1.4 Tujuan Penelitian .....	17
1.5 Manfaat Penelitian.....	17
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir .....	18
<b>BAB II</b> .....	<b>20</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>20</b>
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu .....	20
2.2 Pengaruh Marketing Mix terhadap Keputusan Pembelian.....	30
2.3 Penelitian Terdahulu .....	30
2.4 Kerangka Pemikiran .....	34
2.5 Hipotesis Penelitian .....	35
<b>BAB III</b> .....	<b>37</b>
<b>METODE PENELITIAN</b> .....	<b>37</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	37
3.2 Operasionalisasi Variabel .....	38
3.3 Tahapan Penelitian .....	41
3.4 Populasi dan Sampel .....	43

3.5	Teknik Pengumpulan Data .....	44
3.6	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	45
3.7	Teknik Analisis Data .....	48
<b>BAB IV</b>	.....	<b>56</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	.....	<b>56</b>
4.3	Hasil Penelitian.....	58
4.4	Uji Asumsi Klasik.....	68
4.5	Analisis Regresi Linier Berganda.....	70
4.6	Uji Hipotesis .....	72
4.7	Pembahasan Hasil Penelitian.....	75
<b>BAB V</b>	.....	<b>82</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b>	.....	<b>82</b>
5.1	Kesimpulan.....	82
5.2	Saran .....	82
<b>Daftar Pustaka</b>	.....	<b>86</b>
<b>LAMPIRAN</b>	.....	<b>88</b>