

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	i
ABSTRAK .....	v
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	7
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Kegunaan Penelitian .....	8
1.5. Kerangka Pemikiran .....	9
1.6. Hipotesis Penelitian .....	21
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1. Pemasaran .....	22
2.1.1. Pengertian Pemasaran .....	22
2.2. Bauran Pemasaran .....	24
2.2.1. Pengertian Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ).....	24
2.2.2. Unsur-Unsur Bauran Pemasaran .....	25
2.2.3. <i>Marketing Communications</i> (komunikas-pemasaran) .....	26

2.2.4.	Alat-alat Komuikasi Pemasaran .....	26
2.3.	Perilaku Pembelian ( <i>Purchasing Behaviour</i> ) .....	37
2.3.1.	Keputusan Pembelian .....	39
2.3.1.1	Peran Pembeli .....	41
2.3.1.2	Perilaku Pembelian Pada Konsumen .....	42
2.3.2.	Tahap Proses Keputusan Pembelian .....	45
2.3.3.	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	47
2.3.4.	Pengaruh <i>Bauran Pemasaran</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	49
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>		
3.1.	Objek Penelitian .....	51
3.2.	Metode Penelitian .....	52
3.2.1	Jenis Penelitian .....	52
3.2.2	Data, Jenis Data dan Sumber Data .....	52
3.2.3	Populasi, Tenik Sampling dan Sample .....	53
3.2.4	Variabel dan Operasionalisasi Variabel .....	55
3.3	Instrumen, Syarat Instrumen dan Bentuk Instrumen untuk Pedoman Kuesioner .....	58
3.3.1	Instrumen .....	58
3.3.2	Syarat Instrumen yang Baik untuk Pedoman Kuesioner .....	58

3.3.3	Bentuk Instrumen untuk Pedoman Kuesioner .....	60
3.4	Metode Analisis Data .....	61
3.4.1	<i>Method Successive Interval</i> .....	61
3.4.2	Analisis Regresi Linier Sederhana .....	63
3.4.3	Uji Koefisien Sederhana .....	64
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>		
4.1.	Pelaksanaan Bauran Pemasaran di PT. Arico Utama .....	64
4.2	Gambaran Umum Responden .....	74
4.3	Tanggapan Konsumen Tentang Pelaksanaan <i>Bauran Pemasaran</i> di PT. Arico Utama .....	76
4.4	Keputusan Pembelian Konsumen .....	86
4.5.	Transformasi Data .....	93
4.6	Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian PT. Arico Utama .....	94
4.6.1	Korelasi Antara Variabel <i>Bauran Pemasaran</i> Dengan Variabel Keputusan Pembelian .....	94
4.6.2	Koefisien Determinansi .....	95
4.6.3	Analisis Regresi Variabel <i>Bauran Pemasaran</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	96
4.6.4	Pengujian Hipotesis .....	97
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>		
5.1	Kesimpulan .....	99
5.2	Saran .....	100

DAFTAR PUSTAKA ..... 101

LAMPIRAN

