

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS DAN BEBAS PLAGIAT	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Persoalan Bisnis	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	4
2.1 Pemasaran.....	4
2.2 Pengertian Strategi Pemasaran	4
2.3 Produk (<i>Product</i>).....	5
2.3.1 Pengertian Produk	5
2.3.2 Tingkatan Produk	6
2.3.3 Klasifikasi Produk.....	6
2.4 Harga (<i>Price</i>).....	7
2.4.1 Definisi Harga	7
2.4.2 Tujuan Penetapan Harga	7
2.5 Tempat (<i>Place</i>).....	8
2.5.1 Definisi Tempat.....	8

2.5.2	Pemilihan Tempat	8
2.6	Promosi (<i>Promotion</i>)	9
2.6.1	Definisi Promosi	9
2.6.2	Bauran Promosi	9
2.6.3	Fungsi Promosi	10
2.7	Distribusi	10
2.8	Pelayanan	11
2.9	Daya Beli	12
2.10	Regresi Linier Berganda	13
2.11	Hipotesis	14
BAB III	METODE PENELITIAN	15
3.1	Paradigma	15
3.2	Design Penelitian	15
3.3	Variabel dan Pengukurannya	15
3.4	Teknik Pengumpulan Data dan Sampel	16
3.5	Populasi dan Sampel	16
3.6	Lokasi dan Waktu Penelitian	16
3.7	Metode Analisis Data	17
3.8	Instrumen Penelitian	17
3.9	Spesifikasi Model	19
BAB IV	ANALISIS HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	20
4.1	Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	20
4.2	Statistika Deskriptif	22
4.3	Hasil Pengujian Asumsi Klasik	24
4.4	Hasil Pengujian Regresi	27
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	31
5.1	Kesimpulan	31

5.2	Saran.....	31
	DAFTAR PUSTAKA	33
	LAMPIRAN.....	35

