

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iv
RIWAYAT HIDUP PENELITI	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi dan Perumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian	13
D. Manfaat Penelitian	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16

A. Konsep dan Teori	16
1. Manajemen	16
2. Manajemen Pemasaran	26
3. Promosi	34
4. Harga	39
5. Keputusan Pembelian	47
B. Kajian Penelitian Terdahulu	50
C. Kerangka Berpikir	56
D. Hipotesis	58
BAB III METODELOGI PENELITIAN	59
A. Metode Dan Pendekatan	59
B. Jenis Dan Sumber Data	61
C. Populasi Dan Sampel	62
D. Operasional Variabel	64
E. Teknik Pengumpulan Data	67
F. Teknik Analisis Data	68

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	75
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	75
B. Analisis Deskripsi Data	78
C. Pengujian dan Hasil Analisis	94
D. Pembahasan	104
BAB V PENUTUP	110
A. Kesimpulan	110
B. Saran	111
DAFTAR PUSTAKA	113
LAMPIRAN	117

