

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Identifikasi Masalah.....	6
C. Rumusan Masalah.....	6
D. Tujuan Penelitian	7
E. Kegunaan Penelitian.....	8
F. Penelitian Terdahulu	8
G. Kerangka Pemikiran.....	12
H. Hipotesis.....	13

BAB II Tinjauan Pustaka

A. Pengertian Pemasaran	15
B. Manajemen Pemasaran	15
C. Pengertian Produk	16
D. Pengertian perilaku konsumen	17
E. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen	18
F. Peran konsumen dalam membeli	28
G. Jenis-jenis tingkah laku keputusan pembelian	29
H. Proses Keputusan Membeli.....	31

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian.....	36
B. Populasi dan Sampel.....	37
C. Jenis Data	39
D. Variabel Penelitian	39
E. Definisi Operasional Variabel.....	41
F. Teknik Pengumpulan Data.....	45
G. Uji Validitas dan Reliabilitas	46

H. Teknik Analisis Data.....	48
I. Tempat dan Waktu Penelitian	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN PENELITIAN	
A. Hasil Penelitian	55
B. Pembahasan Hasil Penelitian	61
C. Implikasi Hasil Penelitian	94
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	96
B. Saran.....	97
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN	102