

DAFTAR ISI

Halaman

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	10
1.3. Tujuan Penelitian	10
1.4. Kegunaan Penelitian	10
1.5. Kerangka Pemikiran	11
1.6. Hipotesis	13

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori.....	14
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	14
2.1.2 Produk	17
2.1.3 Tempat (<i>Place</i>).....	17
2.1.4 Promosi (<i>Promotion</i>).....	18
2.1.5 Harga	19
2.1.6 Tingkat Penjualan.....	19
2.1.7 Penjualan <i>Online (E-commerce)</i>	23
2.1.8 Loyalitas Konsumen.....	31
2.2 Penelitian Terdahulu	36

III. METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian	39
3.2 Jenis Penelitian	39
3.3 Jenis dan Sumber Data	39
3.4 Populasi dan Sampel.....	39

3.5	Teknik Pengumpulan Data	41
3.6	Variabel Penelitian	41
3.7	Definisi Operasional	42
3.8	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	44
3.9	Analisis Data.....	45

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Objek Penelitian.....	48
4.2	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	52
4.3	Analisa Kualitatif.....	54
4.4	Analisis Kuantitatif.....	55
4.5	Pembahasan	59

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan.....	63
5.2	Saran	64

DAFTAR PUSTAKA