

DAFTAR ISI

I	PENDAHULUAN	1
	1.1 Latar Belakang	1
	1.2 Perumusan Masalah	8
	1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
	1.3.1 Tujuan Penelitian	9
	1.3.2 Kegunaan Penelitian	9
	1.4 Paradigma Penelitian.....	10
	1.5 Hipotesis.....	11
II	TINJAUAN PUSTAKA	12
	2.1 Pemasaran dan Manajemen Pemasaran	12
	2.1.1 Pengertian Pemasaran	12
	2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	14
	2.2 Bauran Pemasaran	15
	2.2.1 Produk	16
	2.2.2 Harga	18
	2.2.3 Promosi	21
	2.2.4 Saluran Distribusi.....	22
	2.3 Pengertian Perilaku Konsumen	23
	2.3.1 Tahap-Tahap Perilaku Konsumen.....	23
	2.3.2 Model Pengorganisasian Perilaku Konsumen.....	24
	2.3.3 Konsep Perilaku Konsumen dalam Strategi Pemasaran	26
	2.4 Pengertian Kepuasan Pelanggan	28
	2.5 Pengertian Kualitas	29
III	METODOLOGI PENELITIAN	31
	3.1 Metode Penelitian.....	31
	3.2 Sumber Data.....	31
	3.3 Populasi dan Sampel	32
	3.4 Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	33
	3.5 Teknik Pengumpulan Data	35
	3.6 Uji Persyaratan Instrumen Penelitian.....	35
	3.7 Model Analisis Data.....	36

IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	38
	4.1 Gambaran Umum PT Semen Batu Raja (Persero).....	38
	4.1.1 Profil PT Semen Batu Raja (Persero).....	38
	4.1.2 Lokasi Pabrik.....	38
	4.1.3 Bahan Baku dan Bahan Penolong.....	39
	4.1.4 Proses Pembuatan Semen	39
	4.1.5 Pengendalian Mutu	40
	4.2 Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	40
	4.2.1 Variabel Bauran Pemasaran PT. Semen Batu Raja (Persero)..	41
	4.2.2 Variabel Kepuasan Pelanggan	42
	4.3 Analisis Kualitatif	42
	4.3.1 Bauran Pemasaran	42
	4.3.2 Kepuasan Pelanggan.....	53
	4.4 Analisis Kuantitatif	58
	4.4.1 Persamaan Regresi Linier Ganda.....	59
	4.4.2 Uji Koefisien Regresi Secara Bersama-Sama (Uji F).....	60
	4.4.3 Uji Koefisien Regresi Secara Terpisah (Uji t).....	61
V	KESIMPULAN DAN SARAN	63
	5.1 Kesimpulan	63
	5.2 Saran	64

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN