

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>x</b>
 <b>I. PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Permasalahan .....	12
1.3 Tujuan Penelitian .....	13
1.4 Manfaat Penelitian .....	13
1.5 Kerangka Pemikiran .....	14
1.6 Hipotesis.....	16
 <b>II. LANDASAN TEORI</b>	
2.1 Pengertian Pemasaran.....	17
2.2 Manajemen Pemasaran .....	18
2.3 Bauran Pemasaran .....	18
2.4 Unsur-unsur Bauran Pemasaran .....	19
2.5 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Pembeli.....	26
2.6 Tahap-tahap Proses Pengambilan Keputusan Membeli .....	29
 <b>III. METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Jenis Penelitian dan Sumber Data .....	33
3.2 Populasi dan Sempel .....	34
3.3 Metode Pengumpulan Data .....	35
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	35
3.5 Skala Pengukuran.....	38
3.6 Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur .....	39
3.7 Metode Analisis Data .....	39

#### **IV. PENGARUH BAURAN PEMASARAN PADA INDOMARET**

4.1	Pengujian Validitas dan Reabilitas Alat Ukur .....	42
4.2	Tabulasi Silang Identitas Konsumen.....	43
4.2.1	Tabulasi Jenis Kelamin dan Pekerjaan.....	43
4.2.2	Tabulasi Jenis Pekerjaan dan Usia .....	44
4.2.3	Tabulasi Jenis Pendidikan dan Pekerjaan.....	45
4.2.4	Tabulasi Jenis Pendidikan dan Penghasilan .....	46
4.2.5	Tabulasi Jenis Pendidikan dan Frekuensi Berbelanja .....	47
4.3	Hasil Tabulasi Data.....	48
4.3.1	Tabulasi Data Tanggapan Konsumen terhadap Produk .....	48
4.4	Uji Asumsi Model Regresi .....	56
4.4.1	Uji Normalisasi Multikolinieritas .....	56
4.4.2	Uji Otokorelasi .....	58
4.5	Hasil Perhitungan Statistik.....	58
4.5.1	Pengujian Variabel Bebas secara Serempak .....	59
4.5.2	Pengujian Keberartian Masing-masing Variabel bebas .....	60

#### **V. SIMPULAN DAN SARAN**

5.1	Simpulan .....	66
5.2	Saran .....	67

#### **DAFTAR PUSTAKA**