

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR TABEL.....	iii
DAFTAR GAMBAR .....	iv
I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
1.5 Kerangka Pemikiran .....	7
1.6 Hipotesis .....	8
2 LANDASAN TEORI	
2.1 Pemasaran .....	9
2.1.1 Pengertian Pemasaran .....	9
2.1.2 Bauran Pemasaran .....	9
2.2 Konsep Pemasaran .....	10
2.3 Strategi Pemasaran.....	10
2.4 Niat Beli .....	12
2.5 Metode Pembayaran.....	14
2.6 Produk.....	15
2.6.1 Keanekaragaman Produk .....	16
2.7 Perilaku Konsumen.....	17
2.7.1 Pengertian Perilaku Konsumen.....	17
2.8 Proses Keputusan Pembelian .....	21

3	METODELOGI PENELITIAN	
3.1	Rancangan Penelitian.....	24
3.2	Lokasi Penelitian.....	24
3.3	Jenis Data Dan Sumber Data .....	25
3.4	Populasi Dan Sampel .....	25
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.6	Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional.....	28
3.6.1	Variable Penelitian .....	28
3.6.2	Definisi Operasional.....	29
3.7	Uji Kualitas Data .....	30
3.8	Teknik Analisis Data .....	31
3.9	Analisis Regresi Linier Berganda .....	33
3.10	Uji Hipotesis .....	33
4	HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1	Gambaran Umum Perusahaan .....	36
4.2	Uji Validitas .....	36
4.3	Uji Realibilitas .....	37
4.4	Analisis Kualitatif .....	39
4.4.1	Hasil Analisis Jawaban Responden.....	39
4.5	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden .....	41
4.5.1	Variabel Metode Pembayaran .....	41
4.5.2	Variabel Keankeragaman Produk.....	44
4.5.3	Rekapitulasi Jawaban Responden .....	47
4.5.4	Rata-Rata Skor Masing-Masing Variabel (X) .....	48
4.5.5	Tanggapan Tentang Niat Beli .....	49
4.6	Analisis Kuantitatif.....	50
4.6.1	Uji Regresi Linier Berganda.....	51
4.6.2	Uji f.....	51
4.6.3	Uji t.....	54
4.7	Implikasi Manajerial .....	55
5	KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1	Kesimpulan .....	57
5.2	Saran .....	58

LAMPIRAN

DAFTAR PUSTAKA