

DAFTAR ISI

Halaman

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR LAMPIRAN

I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	7
1.3.1 Tujuan	7
1.3.2 Kegunaan Penelitian	8
1.4 Kerangka Pemikiran.....	8
1.5 Hipotesis.....	9
II. TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Pengertian Pemasaran	10
2.1.1 Pengertian Bauran Pemasaran	11
2.1.2 Pengertian Produk.....	12

2.2 Pengertian Pengembangan Produk.....	14
2.2.1 Tahap-Tahap Pengembangan Produk.....	16
2.3 Keputusan Pembelian.....	22
2.3.1 Definisi Keputusan Pembelian	22
2.3.2 Tahap-Tahap Pengambilan Keputusan	23
2.4 Hubungan Pengembangan Produk dengan Keputusan Pembelian	24
III.METODE PENELITIAN	26
3.1 Objek Penelitian	26
3.2 Metode Penelitian.....	26
3.3 Desain Penelitian.....	27
3.4 Populasi dan Sampel	27
3.4.1 Populasi	27
3.4.2 Sampel	27
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	28
3.6 Sumber Data.....	30
3.7 Rancangan Analisis Data dan Tenknik Analisis Data.....	30
3.7.1 Rancangan Analisis Data	30
3.7.2 Teknik Analisis Data	33
3.8 Uji Hipotesis	34

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner.....	35
4.2 Uji Validitas dengan <i>Product Moment</i>	35
4.3 Uji Reliabilitas	37
4.4 Analisis Kualitatif	39
4.4.1. Deskripsi Responden	39
4.4.2 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden	41
4.5 Analisis Kuantitatif.....	45
4.5.1 Uji Regresi Linier Berganda	45
4.5.2 Uji Koefisien Regresi secara bersama-sama (Uji F)	46
4.5.3 Uji Koefisien Regresi secara Parsial (Uji t)	47
V. SIMPULAN DAN SARAN.....	51
5.1 Kesimpulan	51
5.2 Saran.....	52

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN