

DAFTAR ISI

| | |
|--|-----------|
| ABSTRAK | i |
| KATA PENGANTAR | iii |
| DAFTAR ISI | vi |
| DAFTAR TABEL | x |
| DAFTAR GAMBAR | xii |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1. Latar Belakang | 1 |
| 1.2. Perumusan Masalah | 10 |
| 1.3. Tujuan Penelitian Dan Manfaat Penelitian | 10 |
| 1.4. Sistematika Penulisan | 11 |
| BAB II TELAAH PUSTAKA | 12 |
| 2.1. Pengertian Pemasaran | 12 |
| 2.2. Produk | 16 |
| 2.2.1. Pengertian Produk | 16 |
| 2.2.2. Tingkatan Produk | 18 |
| 2.2.3. Atribut Produk | 19 |
| 2.3. Harga | 21 |
| 2.3.1. Pengertian Harga | 21 |
| 2.3.2. Tujuan Dari Penetapan Harga | 21 |
| 2.3.3. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Harga | 23 |
| 2.4. Promosi | 24 |
| 2.4.1. Pengertian Promosi | 24 |

| | |
|---|-----------|
| 2.4.2. Tujuan Promosi | 25 |
| 2.4.3. Jenis –Jenis Promosi | 25 |
| 2.4.4. Jenis – Jenis Penjualan | 27 |
| 2.5. Keputusan Pembelian | 28 |
| 2.5.1. Pengertian Keputusan Pembelian | 28 |
| 2.5.2. Konsep Pengambilan Keputusan | 32 |
| 2.5.3. Proses Pengambilan Keputusan Oleh Konsumen | 32 |
| 2.5.4. Tahap – Tahap Dalam Proses Keputusan Pembelian | 33 |
| 2.5.5. Proses Pembuatan Keputusan | 41 |
| 2.5.6. Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Membeli | 42 |
| 2.6. Penelitian Terdahulu | 43 |
| 2.7. Hipotesis | 45 |
| 2.8. Kerangka pemikiran | 45 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 46 |
| 3.1. Lokasi/ Objek Penelitian | 46 |
| 3.2. Operasional variabel | 46 |
| 3.3. Populasi Dan Sampel | 47 |
| 3.4. Jenis dan Sumber Data | 49 |
| 3.4.1. Data Primer | 49 |
| 3.4.2. Data Sekunder | 49 |
| 3.5. Tekhnik Pengumpulan Data | 50 |
| 3.6. Teknik Analisis Data | 51 |

| | |
|--|-----------|
| BAB IV GAMBARAN UMUM TENTANG OBJEK PENELITIAN | 55 |
| 4.1. Sejarah Singkat Tentang Bolu Kemojo Al-Mahdi | 55 |
| 4.2. Struktur Organisasi Gerai Bolu Kemojo Al- Mahdi | 56 |
| 4.3. Produk- Produk Yang Di Miliki Gerai Al-Mahdi | 61 |
| BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 62 |
| 5.1. Karakteristik Responden | 62 |
| 5.1.1. Usia Responden | 62 |
| 5.1.2. Jenis Kelamin | 63 |
| 5.1.3. Pekerjaan | 64 |
| 5.1.4. Pendidikan Terakhir | 66 |
| 5.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas | 67 |
| 5.2.1. Uji Validitas | 67 |
| 5.2.2. Uji Reliabilitas | 68 |
| 5.3 Deskripsi Hasil Penelitian | 69 |
| 5.3.1. Analisis Produk | 69 |
| 5.3.2. Analisis Harga | 77 |
| 5.3.3. Analisis Promosi | 82 |
| 5.3.4. Analisis Keputusan Pembelian | 87 |
| 5.4. Analisis Data | 95 |
| 5.4.1. Analisis Regresi Linier Berganda | 95 |
| 5.4.2. Koefisien Korelasi dan Determinasi | 97 |
| 5.4.3. Pengujian Hipotesis | 98 |
| 5.4.3.1. Uji F | 98 |
| 5.4.3.2. Uji T | 100 |
| 5.5. Pembahasan | 101 |

| | |
|---|------------|
| BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN | 106 |
| 6.1.Kesimpulan | 106 |
| 6.2.Saran | 107 |
| DAFTAR PUSTAKA | 108 |
| LAMPIRAN | |

