

DAFTAR ISI

HAL

COVER	i
ABSTRAKSI	ii
SURAT IJIN PENELITIAN.....	iii
SURAT TANDA PERSETUJUAN.....	iv
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	v
CURRICULUM VITAE	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.	4
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	4
1.3.1.Tujuan Penelitian	4
1.3.2.Manfaat Penelitian	5

BAB II LANDASAN TEORI

2.1. Pengertian Pemasaran	5
2.2. Bauran Pemasaran (Marketing Mix)	5
2.2.1 Produk	6
2.2.2 Harga	9
2.2.3 Distribusi	10
2.2.4 Promosi	12



2.3. Perilaku Konsumen	16
2.4. Keputusan Pembelian	19
2.5. Pengaruh Marketing Mix (Bauran Pemasaran)	21
2.6. Hasil Penelitian Sebelumnya	23
2.7. Kerangka Pikir	23
2.8. Hipotesis	25

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian.....	26
3.2. Lokasi Penelitian	26
3.3. Populasi dan Sampel	26
3.3.1 Populasi	26
3.3.2 Sampel	27
3.3.3 Metode Pengumpulan Sampel	27
3.4. Jenis Data dan Sumber Data	28
3.4.1 Jenis Data	28
3.4.2 Sumber Data	28
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.6. Definisi Oprasional Variabel	29
3.7. Skala Pengukuran.....	30
3.8. Metode Uji Instrumen Penelitian	31
3.8.1 Uji Validitas.....	31
3.8.2 Uji Reliabilitas	32
3.9. Metode Analisis Data	33
3.9.1 Teknik Analisis Deskriptif	33

3.9.2 Analisis Regresi Linear Berganda	33
3.9.3 Koefisien Determinasi.....	35
3.9.4 Uji Asumsi Klasik.....	36
3.10. Uji Hipotesis	37
3.10.1 Uji F	37
3.10.2 Uji t.....	38

BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

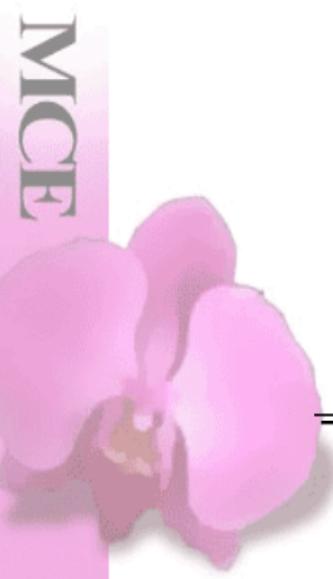
4.1. Sejarah Singkat Perusahaan	39
4.2. Struktur Organisasi dan Uraian Tugas	39
4.2.1 Struktur Organisasi	39
4.2.2 Uraian Tugas	40
4.3. Visi Misi dan Tujuan Perusahaan	44
4.3.1 Visi Auto 2000 Sutoyo Malang	44
4.3.2 Misi Auto 2000 Sutoyo Malang	44
4.3.3 Tujuan Auto 2000 Sutoyo Malang.....	44
4.4. Karakteristik Responden	45
4.5. Deskripsi Tanggapan Responden.....	47
4.6. Uji Validitas dan Reliabilitas	55
4.6.1 Uji Validitas.....	55
4.6.2 Uji Reliabilitas	58
4.7. Regresi Linear Berganda	59
4.8. Uji Asumsi Klasik	60
4.8.1 Uji Normalitas	60

4.8.2 Uji Multikolinearitas	61
4.8.3 Uji Heterokedastisitas	62
4.9. Uji Hipotesis	62
4.9.1 Uji F	63
4.9.2 Uji t	63
4.10.Koefisien Determinasi	64
4.11.Pembahasan.....	65

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	68
5.2 Saran.....	69
5.2.1 Bagi perusahaan.....	69
5.2.2 Bagi Peneliti Lain.....	69

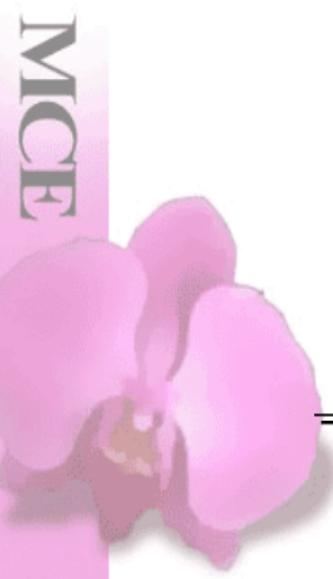
DAFTAR PUSTAKA



DAFTAR TABEL

Hal

Tabel 1	Karakteristik Responden berdasarkan jenis kelamin	45
Tabel 2	Karakteristik Responden berdasarkan Penghasilan	46
Tabel 3	Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan	46
Tabel 4	Hasil Uji Multikolinearitas	61
Tabel 5	Ringkasan Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	59
Tabel 6	Hasil Pengujian Secara Parsial (Uji-t).....	64



DAFTAR GAMBAR

	Hal
Gambar 2.1 . Model Proses Pembelian Lima Tahap	20
Gambar 2.2. Kerangka Pikir	24
Gambar 1. Struktur Organisasi Auto 2000 Sutoyo Malang	40
Gambar 5 Grafik Normal P-P Plot	6

