

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
INTISARI.....	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	3
D. Manfaat Penelitian	4
E. Tinjauan Pustaka	5
1. Pemasaran.....	5
2. Marketing Mix.....	6
3. Keputusan Pembelian	11
4. Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian	14

5. Profil Sangobion®.....	16
F. Landasan Teori.....	18
G. Kerangka Berpikir.....	19
H. Hipotesis.....	19
BAB II METODOLOGI PENELITIAN.....	21
A. Rancangan Penelitian.....	21
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	21
C. Subyek Penelitian.....	22
D. Instrumen Penelitian.....	23
E. Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	26
F. Variabel Penelitian.....	27
G. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	28
H. Penentuan Jumlah Sampel dan Teknik Pengumpulan Sampel.....	30
I. Uji Instrumen Penelitian.....	32
J. Analisis Data.....	38
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	49
A. Karakteristik Responden.....	49
B. Deskripsi tentang Data Responden.....	52
1. Produk.....	52
2. Harga.....	53
3. Distribusi.....	55
4. Promosi.....	57
5. Keputusan Pembelian.....	58

C. Analisis Regresi Linier Berganda	60
D. Keterbatasan Penelitian.....	62
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	64
A. Kesimpulan	64
B. Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN.....	69