

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 |