

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN	
HALAMAN PERSEMBAHAN	
ABSTRAKSI	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR GAMBAR	v
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
I. PENDAHULUAN	1
A. LATAR BELAKANG MASALAH	1
B. RUMUSAN MASALAH	4
C. BATASAN MASALAH	5
D. TUJUAN PENELITIAN	5
E. HIPOTESA	5
II. DASAR TEORI	6
A. PENGERTIAN MANAJEMEN	6
1. Manajemen Pemasaran	9
2. Bauran Pemasaran	12
B. SALURAN DISTRIBUSI	14
C. PENJUALAN LANGSUNG	27
D. FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMILIHAN SALURAN	36
E. UJI VALIDITAS	41
F. UJI KEANDALAN	45
G. ANALISIS FAKTOR	47
H. UJI HIPOTESIS k MEAN	51
I. UJI t PASCA	52
III. METODE PENELITIAN	54
A. OBYEK PENELITIAN	54
B. LANGKAH-LANGKAH PENELITIAN	55
C. PENENTUAN SAMPEL	58
D. TEKNIK PEMBUATAN KUESIONER	60
E. ANALISIS DATA	62
1. Penentuan Faktor Dominan	62
2. Perbedaan Keseluruhan	64
3. Perbedaan Antar Kelompok	65

	Hal
IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	67
A. DESKRIPSI RESPONDEN	69
B. PENENTUAN FAKTOR DOMINAN	70
C. PERBEDAAN KESELURUHAN	75
D. PERBEDAAN ANTAR KELOMPOK	78
1. Pasangan A1 - A2	79
2. Pasangan A1 - A3	81
3. Pasangan A2 - A3	83
E. PEMBAHASAN UMUM	84
1. Penentuan faktor Dominan	84
2. Perbedaan Keseluruhan	85
3. Perbedaan antar Kelompok	86
V. KESIMPULAN DAN SARAN	89
A. KESIMPULAN	89
B. SARAN	91

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN