

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN BEBAS PLAGIASI.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>INTISARI .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Manfaat Penelitian .....	5
E. Tinjauan Pustaka .....	6
1. Definisi Pemasaran .....	6
2. Bauran Pemasaran.....	8
a. Definisi Bauran Pemasaran .....	8
b. Elemen Bauran Pemasaran.....	9
1) Produk .....	9
2) Harga.....	10
3) Tempat .....	11
4) Promosi .....	12
3. Keputusan pembelian .....	15
F. Landasan Teori .....	16
G. Kerangka Konsep Penelitian .....	18
H. Hipotesis .....	19
<b>BAB II METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>20</b>
A. Rancangan Penelitian .....	20
B. Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	21
C. Tempat dan Waktu Penelitian .....	22
D. Populasi dan Sampel Penelitian .....	22
E. Teknik Pengambilan Data .....	24
F. Skala Pengukuran.....	25
G. Instrumen Penelitian .....	26
H. Uji Validitas Kuesioner sebagai Alat Ukur.....	26
I. Analisis Data .....	37
J. Etika Penelitian .....	39
K. Prosedur Jalannya Penelitian .....	39

<b>BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>42</b>
A. Gambaran Karakteristik Sosiodemografi Responden .....	42
B. Riwayat Pembelian Produk <i>Acne Patch</i> .....	46
C. Analisis Deskriptif Rata-Rata Variabel.....	53
D. Analisis Regresi Linier Berganda .....	60
E. Uji Hipotesis .....	63
1. Uji T (Parsial).....	63
2. Uji F (Simultan) .....	71
3. Uji Koefisien Determinasi .....	74
F. Keterbatasan Penelitian .....	76
<b>BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>77</b>
A. Kesimpulan .....	77
B. Saran .....	78
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>79</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>84</b>