

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>ix</b>
<b>INTISARI</b> .....	<b>x</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	4
1.3. Pertanyaan Penelitian .....	6
1.4. Tujuan Penelitian.....	6
1.5. Manfaat Penelitian.....	6
1.5.1. Bagi Akademisi.....	6
1.5.2. Bagi Praktisi .....	6
1.6. Lingkup Penelitian .....	7
1.7. Sistematika Penulisan.....	7
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>8</b>
2.1. Strategi Marketing .....	8
2.2. Perilaku Konsumen .....	8
2.3. Model AISAS .....	10
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>13</b>
3.1. Desain Penelitian .....	13
3.2. Metode Pengumpulan Data .....	13
3.2.1. Populasi.....	13
3.2.2. Sampel.....	13
3.2.3. Sumber Data.....	14
3.2.4. Pengumpulan Data .....	14
3.3. Instrumen Penelitian .....	15

3.3.1	Profil Responden .....	15
3.3.2	Pernyataan Responden .....	15
3.4.	Definisi Operasional Variabel .....	15
3.5.	Uji Analisis Data .....	16
3.5.1	Analisis Statistik Deskriptif .....	17
3.5.2.	Analisis Model AISAS .....	17
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>18</b>
4.1.	Profil Perusahaan .....	18
4.2.	Karakteristik Responden .....	19
4.3.	Analisis Strategi Pemasaran .....	21
4.3.1.	Produk .....	21
4.3.2.	Harga .....	22
4.3.2.	Promosi .....	23
4.3.3.	Tempat .....	24
4.4.	Hasil Analisis Data .....	25
4.5.	Pembahasan .....	26
<b>BAB V</b>	<b>SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>30</b>
5.1.	Simpulan .....	30
5.2.	Implikasi Manajerial .....	31
5.3.	Keterbatasan Penelitian .....	33
5.4.	Saran Penelitian Mendatang .....	33
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>.....</b>	<b>34</b>
<b>LAMPIRAN</b>	<b>.....</b>	<b>36</b>
	Lampiran 1. Kuesioner Penelitian .....	36
	Lampiran 2. Hasil Kuesioner Penelitian .....	46