

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