

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
INTISARI.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Tinjauan Pustaka.....	9
1. Pemasaran.....	9
2. <i>Marketing Mix</i>	10
a. Produk	10
b. Harga.....	11
c. Distribusi.....	12
d. Promosi.....	13
3. Keputusan Pembelian.....	14
4. Obat Batuk <i>Over the Counter</i> (OTC).....	19
5. OBH Combi	19
F. Landasan Teori.....	22
G. Kerangka Konsep.....	24

H. Hipotesis.....	25
BAB II METODOLOGI PENELITIAN.....	26
A. Metode Penelitian.....	26
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	27
C. Subjek penelitian.....	27
1. Batasan populasi dan sampel.....	27
2. Besar sampel.....	28
D. Definisi operasional variabel.....	29
1. Produk.....	29
2. Harga.....	29
3. Distribusi.....	29
4. Promosi.....	29
5. Keputusan pembelian.....	30
E. Instrumen penelitian.....	30
F. Pengolahan dan analisis data.....	33
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN.....	37
A. Karakteristik Responden.....	37
B. Analisis Deskriptif	39
1. Variabel Produk.....	39
2. Variabel Harga	43
3. Variabel Distribusi	45
4. Variabel Promosi	46
5. Variabel Keputusan Pembelian	49
C. Uji Asumsi Klasik.....	51
1. Uji normalitas residual	51
2. Uji multikolinieritas	52
3. Uji heteroskedastisitas	53
D. Analisis Regresi Linier Sederhana.....	53
1. Variabel Produk.....	54
2. Variabel Harga	56
3. Variabel Distribusi	58

4. Variabel Promosi	59
E. Analisis Regresi Linier Berganda	62
F. Keterbatasan penelitian	65
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	67
A. Kesimpulan	67
B. Saran	67
DAFTAR PUSTAKA.....	69
LAMPIRAN.....	73