

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1. Latar Belakang Penelitian	1
2. Perumusan Masalah	5
3. Ruang Lingkup Penelitian	7
4. Tujuan Penelitian	9
5. Manfaat Penelitian	10
6. Sistematika Penelitian	10
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	11
1. Kerangka Teoritis Perilaku Konsumen	12
2. Faktor-faktor Utama yang Mempengaruhi Keputusan Membeli	25
3. Kerangka Teoritis Strategi Pemasaran	32
4. Penelitian Terdahulu	36
5. Model Analisis	42
6. Hipotesis Penelitian	43

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	45
1. Gambaran Umum Daerah Penelitian	45
2. Data dan Sumber Data	58
3. Proses Data dan Spesifikasi Variabel	58
4. Metode Estimasi dan Testing Hipotesis	69
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN IMPLIKASI STRATEGI PEMASARAN	71
1. Hasil Penelitian	71
2. Implikasi Strategi Pemasaran	81
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	89
1. Kesimpulan	89
2. Saran	90
RINGKASAN	93
DAFTAR PUSTAKA	97