

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
UCAPAN TERIMAKASIH	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	9
1.2.1 Identifikasi Masalah	9
1.2.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	11
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	11
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	11
1.4 Kerangka Pemikiran	12
1.5 Asumsi	16
1.6 Hipotesis	17
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Pemasaran.....	18

2.1.1 Pengertian Pemasaran	18
2.1.2 Bauran Pemasaran	19
2.2 Kebijakan Harga.....	20
2.2.1 Definisi Harga	20
2.2.2 Maksud dan Tujuan Penetapan Harga.....	21
2.2.3 Strategi Harga.....	21
2.2.4 Kaitan Harga dengan Aspek Lain.....	22
2.2.5 Definisi Kebijakan Harga.....	25
2.2.6 Faktor-faktor Internal dan Eksternal yang Mempengaruhi Keputusan Penetapan Harga.....	27
2.2.7 Kebijakan Penetapan Harga.....	30
2.2.8 Prinsip-Prinsip Penetapan Harga.....	34
2.3 Keputusan Pembelian	35
2.3.1 Pembelian Bisnis	35
2.3.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Bisnis.....	37
2.3.3 Dimensi Keputusan Pembelian.....	42
2.4 Hubungan Kebijakan Harga dengan Keputusan Pembelian.....	43

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian	45
3.2 Metode Penelitian	45

3.2.1 Sifat/Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan.....	45
3.2.1.1 Jenis Penelitian.....	46
3.2.1.2 Metode yang Digunakan.....	46
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	47
3.2.3 Jenis dan Sumber Data	49
3.2.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling.....	50
3.2.4.1 Populasi	50
3.2.4.2 Sampel.....	52
3.2.4.3 Teknik Sampling	55
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data	57
3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas	58
3.2.6.1. Validitas	60
3.2.6.2. Reliabilitas.....	62
3.2.6.3. Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas	63
3.2.7 Teknik Analisis Data	65
3.2.7.1 Analisis Regresi Linear Sederhana	67
3.2.8 Rancangan Uji Hipotesis	68

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian	70
----------------------------	----

4.1.1 Profil Perusahaan	70
4.2 Karakteristik, Pengalaman Responden dan Profil Pengecer	75
4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Demografi.....	75
4.2.2. Pengalaman Responden	80
4.2.3. Profil Pengecer	82
4.3 Gambaran Variabel Penelitian	87
4.3.1 Tanggapan Responden Terhadap Kebijakan Harga.....	88
4.3.2 Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian ..	91
4.3.2.1 Tanggapan Responden Terhadap Pemilihan produk.....	91
4.3.2.2 Tanggapan Responden Terhadap Pemilihan Merek.....	95
4.3.2.3 Tanggapan Responden Terhadap Pemilihan Distributor.....	97
4.3.2.4 Tanggapan Responden Terhadap Pemilihan Waktu Pembelian.....	100
4.3.2.5 Tanggapan Responden Terhadap Jumlah Pembelian.....	103
4.3.3 Pengaruh Kebijakan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk AMDK Hanaang.....	107
4.3.3.1 Besar Korelasi Antara Variabel	107
4.3.3.2 Analisis Regresi Linear Sederhana	108
4.3.3.3 Koefisien Determinasi.....	109
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	111
4.4.1 Gambaran Terhadap Kebijakan Harga.....	111
4.4.2 Gambaran Keputusan Pembelian	113

4.4.3 Pengaruh Kebijakan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk AMDK Hanaang.....	115
---	-----

BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan	117
5.2 Rekomendasi.....	118

DAFTAR PUSTAKA	120
-----------------------------	-----

LAMPIRAN

