

Daftar Isi

Lembar Pengesahan	ii
Lembar Pernyataan	iv
Abstrak	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi	viii
Daftar Gambar	xi
Daftar Tabel	xii
Daftar Lampiran	xiii
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Sistematika Penulisan	3
BAB 2	5
TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Pemasaran.....	5
2.2 Manajemen Pemasaran	6
2.3 Strategi Pemasaran	8
BAB 3	11
METODOLOGI PENELITIAN	13
3.1 <i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian.....	13
3.2. Langkah-langkah metodologi penelitian	14
BAB 4	18
PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	18
4.1 Data Umum Perusahaan	18
4.1.1 Nama dan Sejarah Perusahaan	18
4.1.2 Struktur Organisasi	18
4.1.3 Angket Penelitian.....	19

4.2 Pengolahan Data	23
4.2.1 Uji Validitas	24
4.2.2 Uji Reliabilitas	25
4.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	27
4.2.3.1 Uji Normalitas	28
4.2.3.2 Uji Multikolinearitas	32
4.2.4 Diagram jalur	33
4.2.5 Besarnya Pengaruh bersama-sama (simultan) variabel eksogenus terhadap variabel endogenus.....	37
4.2.6 Pengujian pada pengaruh bersama-sama (simultan) variabel <i>eksogenus</i> terhadap variabel <i>endogenus</i>	37
4.2.7 Besarnya Pengaruh masing-masing variabel eksogenus terhadap variabel endogenus	39
4.2.7.1 Jalur produk (X1) terhadap keputusan pembelian (Y).....	40
4.2.8.2 Jalur harga (X2) terhadap keputusan pembelian (Y)	41
4.2.8.3 Jalur distribusi (X3) terhadap keputusan pembelian (Y)	42
4.2.8.4 Jalur promosi (X4) terhadap keputusan pembelian (Y)	43
4.2.8 Pengujian koefisien jalur	44
4.2.8.1 Pengujian pada koefisien jalur produk (X1) terhadap keputusan pembelian (Y).....	44
4.2.8.2 Pengujian pada koefisien jalur harga (X2) terhadap keputusan pembelian (Y).....	45
4.2.8.3 Pengujian pada koefisien jalur distribusi (X3) terhadap keputusan pembelian (Y).....	46
4.2.8.4 Pengujian pada koefisien jalur promosi (X4) terhadap keputusan pembelian (Y).....	47
BAB 5	50
ANALISI DAN PEMBAHASAN.....	50
5.1 Mengidentifikasi pengaruh marketing mix terhadap keputusan pembelian kemeja denim dalam perusahaan Zaemerci.....	50

5.1.1 Pengujian validitas dan reliabilitas.....	50
5.1.2 Pengujian normalitas dan multikolinearitas	50
5.2 Mengidentifikasi pengaruh bersama-sama variabel eksogenus terhadap variabel endogenus	51
5.3 Pengujian pada pengaruh bersama-sama.....	51
5.4 Besarnya pengaruh masing-masing variabel	51
5.4.1 Jalur produk (X1) terhadap pembelian (Y)	52
5.4.2 Jalur harga (X2) terhadap pembelian (Y).....	52
5.4.3 Jalur distribusi (X3) terhadap pembelian (Y).....	52
5.4.4 Jalur promosi (X4) terhadap pembelian (Y).....	52
BAB 6	53
KESIMPULAN DAN SARAN	53
6.1 Kesimpulan.....	53
6.2. Saran.....	54
Daftar Pustaka	