

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>RIWAYAT HIDUP PENELITI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>13</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	13
1.2 Fokus Penelitian .....	17
1.3 Perumusan Masalah.....	18
1.4 Tujuan Penelitian.....	18
1.5 Kegunaan Penelitian.....	19
1.6 Lokasi dan Lamanya Penelitian.....	20
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERPIKIR.....</b>	<b>22</b>
2.1 Tinjauan Pustaka .....	22
2.1.1 Administrasi Bisnis.....	22
2.1.1 Definisi Ilmu Administrasi Bisnis .....	22
2.1.2 Pemasaran.....	24
2.1.3 Bauran Pemasaran 4P .....	27

2.1.4	Keputusan Pembelian .....	33
2.1.5	Langkah Langkah Dalam Proses Keputusan Pembelian.....	34
2.1.6	Dimensi Keputusan Pembelian Konsumen.....	35
2.2	Penelitian Terdahulu.....	37
2.3	Kerangka Pemikiran .....	41
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>43</b>
3.1	Metode Penelitian .....	43
3.2	Teknik Pengumpulan Data .....	45
3.3	Jenis Data.....	48
3.4	Instrumen Penelitian.....	49
3.5	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data .....	50
3.6	Teknik Analisis Data .....	53
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>56</b>
4.1	Gambaran Objek Penelitian.....	56
4.2	Hasil Penelitian dan Pembahasan .....	62
4.2.2	Pembahasan.....	70
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>102</b>
5.1	Kesimpulan.....	102
5.2	Saran .....	104
<b>DAFTAR PUSAKA.....</b>		<b>106</b>
<b>LAMPIRAN – LAMPIRAN.....</b>		<b>108</b>