

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan Indomaret.....	1
1.1.2 Profil Perusahaan Indomaret Ciganitri Bandung	2
1.1.3 Sejarah dan Logo Perusahaan	3
1.1.4 Visi dan Misi.....	5
1.2 Latar Belakang Masalah	5
1.3 Perumusan Masalah	13
1.4 Tujuan Penelitian	13
1.5 Kegunaan Penelitian	13
1.6 Sistematika Penulisan	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	15
2.1 Rangkuman Teori.....	15
2.1.1 Manajemen Pemasaran	16
2.1.2 <i>Marketing Mix</i>	16
2.1.3 <i>Internet Marketing</i>	17
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	12
2.1.5 Hubungan antar Variabel	26
2.2 Penelitian Terdahulu	27
2.3 Kerangka Pemikiran.....	30
2.4 Hipotesis Penelitian	31
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Jenis Penelitian.....	32

3.2	Variabel Operasional dan Skala Pengukuran.....	33
3.2.1	Variabel Operasional	33
3.2.2	Skala Pengukuran.....	37
3.3	Tahap Penelitian.....	38
3.4	Populasi dan Sampel	39
3.4.1	Populasi.....	39
3.4.2	Sampel.....	40
3.5	Teknik Pengolahan Data	41
3.6	Uji Validitas	42
3.7	Uji Reliabilitas	43
3.8	Teknik Analisis Data.....	44
3.8.1	Analisis Deskriptif	44
3.8.2	Uji Normalitas.....	46
3.8.3	Uji Regresi Linier Sederhana.....	47
3.9	Uji Hipotesis	47
BAB IV	PEMBAHASAN	49
4.1	Hasil Penelitian	49
4.1.1	Karakteristik Responden.....	49
4.2	Pembahasan Validitas dan Reliabilitas	54
4.2.1	Hasil Uji Vliditas	54
4.2.2	Hasil Uji Reliabilitas.....	55
4.3	Teknik Analisis Data.....	56
4.3.1	Hasil Analisis Deskriptif.....	56
4.3.2	Hasil Uji Asumsi Klasik	60
4.3.3	Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana	63
4.3.4	Hasil Uji Hipotesis.....	65
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	68
5.1	Kesimpulan	68
5.2	Saran	69
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

