

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar.....	
Halaman Sampul Dalam.....	ii
Halaman Persetujuan.....	iii
Halaman Pernyataan.....	iv
Halaman Moto dan Persembahan.....	v
Kata Pengantar.....	vi
Abstrak.....	viii
<i>Abstract.....</i>	<i>ix</i>
Daftar Isi.....	x
Daftar Gambar.....	xiv
Daftar Tabel.....	xvi
Daftar Lampiran.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	4
1.3 Identifikasi Masalah	14
1.4 Tujuan Penelitian	14
1.5 Manfaat Penelitian	14
1.5.1 Aspek Teoritis.....	14

1.5.2 Aspek Praktis	15
1.6 Lokasi dan Waktu	15
1.6.1 Lokasi Penelitian	15
1.6.2 Waktu Penelitian.....	15
1.7 Sistematika Penulisan	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	17
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian.....	17
2.2 Penelitian Terdahulu	34
2.3 Kerangka Berfikir	53
2.4 Hipotesis Penelitian	54
2.5 Ruang Lingkup Penelitian	54
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	55
3.1 Jenis Penelitian	55
3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	55
3.2.1 Operasional Variabel	55
3.2.2 Skala Pengukuran	58
3.3 Tahapan Pelaksanaan Penelitian.....	59
3.4 Populasi dan Sampel.....	59
3.4.1 Populasi	59
3.4.2 Sampel	60
3.5 Teknik Pengumpulan Data	61

3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	62
3.6.1 Uji Validitas.....	62
3.6.2 Uji Reliabilitas	64
3.7 Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	65
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	65
3.7.2 <i>Method of Succesive Interval</i>	67
3.7.3 Uji Normalitas	69
3.7.4 Uji Regresi Linear Sederhana.....	69
3.7.5 Analisis Korelasi.....	69
3.7.6 Pengujian Hipotesis	70
3.7.7 Koefisien Determinasi	72
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	73
4.1 Pengumpulan Data.....	73
4.2 Karakteristik Responden.....	73
4.2.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	73
4.2.2 Karakteristik Berdasarkan Usia Tingkat Pendidikan.....	74
4.2.3 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelainan	75
4.2.4 Karakteristik Berdasarkan Uang Saku.....	76
4.2.5 Karakteristik Berdasarkan Transaksi Ritel	78
4.3 Hasil Penelitian.....	79
4.3.1 Hasil Analisis Variabel Bauran Pemasaran dan Keputusan Pembelian	79

4.3.2 Uji Normalitas	110
4.3.3 Analisis Regresi Linear Sederhana.....	111
4.3.4 Hasil Analisis Korelasi.....	112
4.3.5 Koefisien Determinasi.....	113
4.3.6 Uji Hipotesis.....	114
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	115
4.4.1 Bauran Pemasaran.....	116
4.4.2 Keputusan Pembelian.....	125
4.4.3 Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Ritel Tunanetra (Studi di SMPLB dan SMALB SLBN A Kota Bandung).....	128
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	130
5.1 Kesimpulan.....	130
5.2 Saran.....	131
5.2.1 Saran bagi Perusahaan.....	131
5.2.2 Saran bagi Peneliti selanjutnya.....	132
Daftar Pustaka.....	133
Lampiran.....	138