

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SERTIFIKASI.....	ii
PENGESAHAN TESIS.....	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Pertanyaan Penelitian.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Kegunaan Penelitian	9
BAB II TELAAH PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu.....	10
2.1.1 Konsep dan teori tentang faktor bauran pemasaran.	10
2.1.2 Konsep dan teori tentang keputusan pembelian.....	15
2.1.3 Teori <i>Reasoned Action</i> – <i>TRA</i> Dan Teori <i>Planned Behavior</i> – TPB	17
2.2 Riset Terdahulu.....	20
2.3 Hubungan Antar Variabel	35
2.3.1 Hubungan kualitas produk terhadap keputusan pembelian	35
2.3.2 Hubungan harga produk terhadap keputusan pembelian.....	36
2.3.3 Hubungan saluran distribusi terhadap keputusan pembelian .	37

2.3.4	Hubungan promosi pemasaran terhadap keputusan pembelian	37
2.4	Kerangka Berpikir	38
2.5	Hipotesis Penelitian.....	40
BAB III METODE PENELITIAN		41
3.1	Metode Penelitian.....	41
3.2	Populasi dan sampel.....	41
3.3	Jenis dan Sumber Data	42
3.4	Metode Pengumpulan Data	43
3.5	Alat Pengumpul Data.....	44
3.6	Pengumpulan Data.....	45
3.7	Buat alat yang digunakan untuk mengumpulkan informasi	46
3.8	Metode analisis data dan statistik yang digunakan dalam analisis data.....	47
3.9	Uji Hipotesis.....	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		52
4.1	Hasil Analisi Data.....	52
4.1.1	Informasi umum tentang suplemen makanan.....	52
4.1.2	Informasi umum tentang Amado	61
4.2	Hasil Analisis Terkait Dengan Data Pribadi Responden.	75
4.3	Faktor bauran pemasaran.....	78
4.4	Keputusan untuk membeli suplemen makanan merek Amado secara online	83
4.5	Hasil uji hipotesis	84
BAB V HASIL PENELITIAN		88
5.1	Kesimpulan	88
5.2	Saran.....	90

DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN.....	95