

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.3 Logo Perusahaan.....	2
1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	2
1.1.4 Struktur Perusahaan.....	3
1.1.5 Variasi Menu dan Harga California Fried Chicken.....	4
1.1.6 California Fried Chicken di Indonesia.....	5
1.2 Latar Belakang.....	5
1.3 Rumusan Masalah.....	13
1.4 Tujuan Penelitian.....	13
1.5 Kegunaan Penelitian.....	13
1.5.1 Kegunaan Teoritis.....	14
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	14
1.6 Sistematika Penulisan.....	14
BAB II LANDASAN TEORI	16
2.1 Landasan Teori.....	16
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	16
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	17
2.1.3 Promosi.....	18

2.1.4	Bauran Promosi.....	19
2.1.5	<i>Mobile Marketing</i>	20
2.1.6	SMS (<i>Short Message Service</i>).....	21
2.1.7	Minat Beli.....	23
2.1.8	Indikator Minat Beli.....	24
2.1.9	Pengaruh <i>Mobile Marketing</i> terhadap Minat beli.....	28
2.2	Penelitian Terdahulu.....	29
2.3	Kerangka Pemikiran.....	44
2.4	Hipotesis Penelitian.....	46
2.5	Ruang Lingkup.....	47
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		48
3.1	Jenis Penelitian.....	48
3.2	Alat Pengumpulan Data.....	48
3.3	Tahapan Penelitian.....	50
3.4	Populasi dan Sampel.....	52
3.4.1	Populasi.....	52
3.4.2	Sampel.....	53
3.5	Pengumpulan Data.....	54
3.5.1	Jenis Data.....	54
3.6	Teknik Pengujian Data.....	54
3.6.1	Uji Validitas.....	54
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	56
3.7	Teknik Analisis Data.....	57
3.7.1	Analisis Deskriptif.....	58
3.7.2	Method of Succesive Interval (MSI).....	59
3.7.3	Uji Asumsi Klasik.....	60
3.7.4	Analisis Regresi Linier Sederhana.....	61
3.7.5	Pengujian Hipotesis.....	62
3.7.6	Koefisien Determinasi.....	63
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....		64
4.1	Identitas Responden.....	64

4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	64
4.1.2	Responden Berdasarkan Usia.....	65
4.1.3	Responden Berdasarkan Lamanya Menggunakan HP Dalam Satu Hari..	66
4.2	Hasil Penelitian.....	66
4.2.1	Analisa Deskriptif.....	66
4.2.2	Tanggapan Responden Mengenai <i>Mobile Marketing</i> (X).....	67
4.2.3	Tanggapan Responden Mengenai Minat Beli (Y).....	69
4.3	Transformasi Data Ordinal Menjadi Interval.....	72
4.4	Uji Asumsi Klasik.....	72
4.4.1	Uji Normalitas.....	72
4.4.2	Uji Linearitas.....	73
4.4.3	Uji Heteroskedastisitas.....	74
4.4.4	Analisis Regresi Linier Sederhana.....	75
4.4.5	Koefisien Determinasi (R^2).....	77
4.4.6	Analisis Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	78
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		80
5.1	Kesimpulan.....	80
5.2	Saran.....	81
5.2.1	Bagi Perusahaan.....	81
5.2.2	Bagi Peneliti Selanjutnya.....	81
DAFTAR PUSTAKA.....		83
LAMPIRAN.....		86