

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN ABSTRAK	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR BAGAN	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Aspek Teoritis	8
1.4.2 Aspek Praktisi	8
1.5 Tahapan Penelitian.....	9
1.6 Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	9
1.6.1 Lokasi Penelitian.....	9
BAB II	10

TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Tinjauan Teori.....	17
2.2.1 Pengertian Pemasaran	17
2.2.1.1 Pengertian Bauran Pemasaran	17
2.3 Pengertian Promosi	18
2.3.1 Bauran Promosi.....	19
2.4 Variabel-variabel Penelitian.....	21
2.4.1 Promosi Penjualan.....	21
2.4.2 Katalog Promosi.....	23
2.4.3 Prilaku Konsumen	24
2.5 Keputusan Pembelian.....	25
2.6 Hubungan Promosi Dan Keputusan Pembelian	30
2.7 Kerangka Penelitian	30
2.8 Hipotesis.....	31
BAB III.....	32
METODELOGI PENELITIAN.....	32
3.1 Pendekatan Penelitian.....	32
3.2 Metode Penelitian.....	32
3.3 Objek Penelitian	33
3.4 Operasional Variabel.....	34
3.4.1 Skala Pengukuran.....	40
3.4.2 Skala Instrumen.....	40

3.5 Populasi Sampel	41
3.5.1 Populasi.....	41
3.5.2 Sampel.....	41
3.5.2.1 Jumlah Sampel.....	42
3.5.2.2 Teknik Pengambilan Sampel.....	42
3.6 Pengumpulan Data	43
3.7 Uji Validitas Dan Realibitas.....	44
3.7.1 Uji Validitas	44
3.7.2 Uji Realibitas	45
BAB IV.....	53
4.2 Karakteristik Responden.....	53
4.2 Hasil Penelitian.....	55
4.2.1 Pembahasan Validitas dan Reliabilitas.....	55
4.2.2 Analisis Deskriptif.....	56
4.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	72
4.2.4 Uji Regresi Linier Sederhana.....	73
4.2.5 Hipotesis.....	75
BAB V.....	77
5.1 Simpulan.....	77
5.2 Saran.....	77
5.2.1 Saran Praktis.....	77
5.2.2 Saran Akademis.....	78

DAFTAR PUSTAKA 47

LAMPIRAN