

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
LEMBAR PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Jenis Usaha, Nama Perusahaan, Lokasi Perusahaan	1
1.1.2 Visi dan Misi	2
1.1.3 Produk dan Jasa Perusahaan.....	2
1.2 Latar Belakang	4
1.3 Rumusan Masalah	12
1.4 Pertanyaan Penelitian	13
1.5 Tujuan Penelitian.....	13
1.6 Kegunaan Penelitian.....	13
1.6.1 Kegunaan Teoritis	13
1.6.2 Kegunaan Praktis.....	13
1.7 Ruang Lingkup Penelitian	14
1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	16
2.1 Tinjauan Pustaka	16
2.1.1 Konsep Pemasaran	16
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran	16

2.1.1.2 Bauran Pemasaran.....	17
2.1.2 Konsep Promosi	18
2.1.2.1 Pengertian Promosi	18
2.1.2.2 Bauran Promosi.....	19
2.1.2.3 Alat Bauran Promosi	19
2.1.3 Konsep Keputusan Pembelian.....	22
2.1.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	22
2.1.3.2 Proses Keputusan Pembelian	23
2.2 Tinjauan Pustaka	25
2.3 Kerangka Pemikiran	34
2.4 Hipotesis Penelitian.....	35
BAB III METODE PENELITIAN	37
3.1 Jenis Penelitian	37
3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	37
3.2.1 Operasional Variabel	37
3.2.2 Skala Pengukuran	40
3.3 Tahapan Penelitian	40
3.4 Populasi dan Sampel	41
3.4.1 Populasi	41
3.4.2 Sampel	41
3.5 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.6 Uji Validitas dan Uji Reabilitas	43
3.6.1 Uji Validitas	43
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	46
3.7 Teknik Analisis	46
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	46
3.7.2 Methode Of Succesive Interval (MSI)	48
3.7.3 Uji Asumsi Klasik	49
3.7.4 Analisis Regresi Linier Sederhana	50
3.7.5 Analisis Regresi Linier Berganda.....	51
3.7.6 Pengujian Hipotesis	52
3.7.7 Koefisien Determinasi	54

BAB IV HASIL PENELITIAN.....	55
4.1 Karakteristik Responden	55
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi	56
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Keluarga per Bulan...	57
4.2 Analisis Deskriptif.....	58
4.2.1 Tanggapan Responden Mengenai <i>Promotion Mix</i> (X)	58
4.2.2 Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian (Y).....	63
4.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	65
4.3.1 Uji Asumsi Regresi Linier.....	65
4.3.2 Analisis Regresi Linier Berganda.....	69
4.4 Pengujian Hipotesis.....	71
4.4.1 Uji Signifikansi Parsial (Uji-T)	71
4.4.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji-F).....	73
4.5 Analisis Korelasi Berganda	74
4.6 Koefisien Determinasi.....	75
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian	77
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	80
5.1 Kesimpulan.....	80
5.2 Saran.....	81
5.2.1 Saran Untuk Perusahaan.....	81
5.2.2 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	81
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN I WAWANCARA	86
LAMPIRAN II KUESIONER PENELITIAN.....	89
LAMPIRAN III HASIL UJI VALIDITAS DAN UJI REABILITAS	92
LAMPIRAN IV HASIL RESPONDEN	94
LAMPIRAN V HASIL DESKRIPTIF	102
LAMPIRAN VI NILAI MSI	113