

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	
1.1.1 Profil Perusahaan.....	1
1.1.2 Visi Dan Misi Perusahaan.....	2
1.2. Latar Belakang Masalah	3
1.3. Perumusan Masalah	5
1.4. Tujuan Penelitian	5
1.5 Kegunaan Penelitian	6
1.6. Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	8
2.1. Tinjauan Pustaka.....	8
2.1.1. Pengertian Pemasaran	8
2.1.2. Bauran Pemasaran (Marketing Mix).....	9
2.1.3. Periklanan	10
2.1.4. Keputusan Pembelian.....	11
2.2. Penelitian Terdahulu	14
2.3. Kerangka Pemikiran.....	19

BAB III METODE PENELITIAN	21
3.1. Jenis Penelitian	21
3.2. Teknik Pengumpulan Data.....	21
3.2.1. Skala Pengukuran	22
3.3. Populasi Dan Sampel	23
3.3.1. Populasi.....	23
3.3.2. Sampel Penelitian	23
3.4.. Sumber Data.....	24
3.5. Operasional Variabel	24
3.6. Uji data	28
3.6.1. Uji Validasi	28
3.6.2. Uji Reabilitas	29
3.6.3. Uji Normalitas.....	29
3.6.4. Uji Koefisien Korelasi	29
3.6.5. Uji Regresi Sederhana	30
3.6.6. Uji t (Uji Parsial).....	31
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	32
4.1. Laporan Pelaksanaan Magang	32
4.1.1. Karakteristik Responden.....	32
4.1.2. Berdasarkan jenis kelamin.....	32
4.1.3. Berdasarkan Usia.....	33
4.1.4. Berdasarkan Pekerjaan	34
4.2. Hasil Penelitian	35
4.2.1. Pembahasan Validasi dan Reabilitas	35
4.2.2. Pembahasan Uji Normalitas	36

4.3. Analisis Deskriptif	38
4.3.2. Tanggapan Responden mengenai periklanan PT. Pikiran Rakyat Bandung .	38
4.3.3. Tanggapan Responden mengenai Keputusan Pembelian PT. Pikiran Rakyat Bandung.....	40
4.4. Hasil Uji Koefisien Korelasi.....	42
4.5. Hasil Uji Regresi Linear	42
4.6. Hasil Uji T.....	44
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	45
5.1. Kesimpulan	45
5.2. Saran	45
5.2.1. Saran Untuk PT. Pikiran Rakyat Bandung	45
5.2.1. Saran untuk Peneliti Selanjutnya.....	45
DAFTAR PUSTAKA.....	47
DAFTAR JURNAL.....	48
LAMPIRAN.....	49