

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	3
1.3 Perumusan Masalah.....	10
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Kegunaan Penelitian	10
1.6 Sistematika Penulisan	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	13
2.1. Tinjauan Pustaka Penelitian	13
2.1.1. Pengertian Pemasaran.....	13
2.1.2. Promosi	16
2.1.3. Minat Beli	19
2.2. Penelitian Terdahulu.....	21
2.3. Kerangka Pemikiran.....	32
2.4. Hipotesis Penelitian	33
2.5. Ruang Lingkup Penelitian.....	33
BAB III METODE PENELITIAN.....	34
3.1 Jenis Penelitian	34
3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	34
3.2.1 Operasional Variabel	34
3.2.2 Skala Pengukuran.....	41

3.3 Tahapan Penelitian	42
3.4 Populasi dan sampel.....	44
3.4.1 Populasi.....	44
3.4.2 Sampel.....	44
3.5 Pengumpulan Data	45
3.5.1 Data Primer	45
3.5.2 Data Sekunder.....	45
3.5.3 Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.6 Uji Validitas dan Relibialitas	46
3.6.1 Uji Validitas.....	46
3.6.2 Uji Relibialitas	48
3.7 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	49
3.7.1 Analisis Deskriptif	49
3.7.2 Method of Successive Interval (MSI).....	50
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	51
3.7.4 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	52
3.7.5 Uji Hipotesis (Uji T).....	53
3.7.6 Koefisien Determinasi	54
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	55
4.1 Hasil Penelitian.....	65
4.1.1 Analisis Deskriptif Data Penelitian	55
4.1.1.1 Gambaran Tanggapan Responden Mengenai Variabel Promosi (X)	55
4.1.1.2 Gambaran Tanggapan Responden Mengenai Variabel Minat Beli (Y)	57
4.1.2 Uji Asumsi Klasik	59
4.1.3 Analisis Regresi Linier Sederhana	61
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian	65
4.2.1 Promosi Pada Ouval Research.....	65
4.2.2 Minat Beli Konsumen pada Ouval Research.....	65
4.2.3 Pengaruh Variabel Promosi (X) terhadap Minat beli konsumen (Y)....	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	67
5.1 Kesimpulan	67
5.2 Saran.....	67
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan	67
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	68
DAFTAR PUSTAKA.....	69
LAMPIRAN	