

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Waktu dan Periode Penelitian	10
BAB II.....	11
TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Kajian Teori.....	11
2.1.1 Pengertian Pemasaran	11
2.1.2 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	12
2.1.3 Promosi	13
2.1.4 Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>)	14
2.1.5 Kupon Potongan Harga	19

2.1.6	Keputusan Pembelian.....	20
2.2	Penelitian Terdahulu.....	21
2.3	Kerangka Pemikiran.....	31
2.4	Hipotesis.....	32
2.5	Ruang Lingkup Penelitian.....	32
BAB III.....		33
METODE PENELITIAN.....		33
3.1	Jenis Penelitian.....	33
3.2	Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran.....	33
3.2.1	Operasionalisasi Variabel.....	33
3.2.2	Skala Pengukuran.....	36
3.3	Populasi dan Sampel.....	37
3.3.1	Populasi.....	37
3.3.2	Sampel.....	38
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.4.1	Data Primer.....	39
3.4.2	Data Sekunder.....	40
3.5	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	40
3.5.1	Uji Validitas.....	40
3.5.2	Uji Reliabilitas.....	43
3.6	Teknik Analisis Data.....	44
3.6.1	Analisis Deskriptif.....	44
3.6.2	Uji Normalitas.....	46
3.6.3	Uji Hipotesis (Uji t).....	47
3.6.4	Analisis Regresi Linier Sederhana.....	48
3.6.5	Analisis Korelasi.....	48
3.6.6	Koefisien Determinasi.....	49

3.6.7	Method Successive Interval (MSI).....	50
BAB IV	51
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	51
4.1	Uji Instrumen Data	51
4.1.1	Uji Validitas	51
4.1.2	Uji Reliabilitas	53
4.2	Karakteristik Responden	54
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	54
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	55
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	56
4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	57
4.3	Hasil Penelitian.....	57
4.3.1	Analisis Deskriptif	57
4.4	Uji Normalitas	67
4.5	Analisis Regresi Linier Sederhana	69
4.6	Analisis Korelasi	70
4.7	Uji Koefisien Determinasi.....	71
4.8	Uji Hipotesis (Uji T).....	71
4.9	Pembahasan Hasil Penelitian.....	72
4.9.1	Hasil Pembahasan Promosi Penjualan	73
4.9.2	Hasil Pembahasan Keputusan Pembelian	73
4.9.3	Efektivitas Kegiatan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian.....	74
BAB V	76
KESIMPULAN DAN SARAN	76
5.1	Kesimpulan.....	76

5.2	Saran.....	76
5.2.1	Saran Akademis	76
5.2.2	Saran Praktis.....	77
	DAFTAR PUSTAKA	78
	LAMPIRAN.....	81