

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
Profil Umum Perusahaan.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	4
1.2 Identifikasi Masalah.....	21
1.3 Tujuan penelitian	21
1.4 Kegunaan Penelitian	22
1.4.1 Manfaat Praktis	22
1.4.2 Manfaat Teoritis	22
1.5 Waktu dan Periode Penelitian	23
BAB II	24
TINJAUAN PUSTAKA	24
2.1 Tinjauan Pustaka.....	24
2.1.1 Komunikasi Pemasaran.....	24
2.1.2 Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>).....	26
2.1.3 Sikap konsumen.....	32
2.2 Penelitian Terdahulu	36
2.2.1 Penelitian Terdahulu (skripsi)	36
2.2.2 Penelitian Terdahulu (Jurnal Nasional).....	39
2.2.2 Penelitian Terdahulu (Jurnal International).....	42
2.3 Kerangka Pemikiran	45
2.3 Hipotesis	48
2.5 Ruang Lingkup Penelitian	48
2.6 Lokasi Dan Objek Penelitian	48

BAB III	49
METODE PENELITIAN.....	49
3.1 Jenis Penelitian	49
3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	49
3.2.1 Operasionalisasi Variabel	49
3.2.2 Skala Pengukuran	55
3.3 Populasi dan Sampel.....	55
3.3.1 Populasi	55
3.3.2 Sampel	56
3.4 Teknik Pengumpulan Data	58
3.4.1 Data Primer.....	58
3.4.2 Data Sekunder	59
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	59
3.5.1 Uji Validitas	59
3.5.2 Uji Reliabilitas	61
3.6 Teknik Analisis Data	63
3.6.1 Analisis Deskriptif	64
3.6.2 MSI (Method of Successive Interval)	66
3.6.3 Analisis Regresi Linier Sederhana	66
3.7 Uji Asumsi Klasik	67
3.7.1 Uji Normalitas	67
3.7.2 Uji Koefisien Korelasi	67
3.7.3 Koefisien Determinasi.....	69
3.7.4 Uji Hipotesis.....	69
BAB IV	71
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	71
4.1 Karakteristik Responden.....	71
4.1.1 Masyarakat di Kota Bandung.....	71
4.1.2 Pengguna Aplikasi DANA	72
4.1.3 Usia	73
4.1.4 Jenis Kelamin	74
4.2 Hasil Penelitian	75
4.2.1 Analisis Deskriptif	75
4.2.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Sales Promotion Pada Aplikasi DANA	76

4.2.3	Tanggapan Responden Terhadap Sikap Konsumen Pada Aplikasi DANA	79
4.3	Methods of Successive Internal (MSI)	83
4.4	Uji Asumsi Klasik	83
4.4.1	Uji Normalitas	83
4.4.2	Analisis Korelasi	86
4.4.3	Regresi Linier Sederhana	88
4.4.4	Koefisien Determinasi	89
4.4.5	Uji Hipotesis (Uji t)	90
4.5	Pembahasan Hasil Penelitian	91
4.5.1	Variabel Sales Promotion (X)	92
4.5.2	Variabel Sikap Konsumen (Y)	92
4.5.3	Pengaruh Sales Promotion Terhadap Sikap Konsumen Pengguna Aplikasi DANA Pada Masyarakat Kota Bandung	93
BAB V		95
	KESIMPULAN DAN SARAN	95
5.1	Kesimpulan	95
5.2	Saran	96
5.2.1	Saran Bagi Perusahaan Aplikasi DANA	96
5.2.2	Saran Bagi Penelitian Selanjutnya	96
	DAFTAR PUSTAKA	98
	LAMPIRAN	102