

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, taufik serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan judul **“Pengaruh Bauran Promosi Primagama English Sarijadi Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Pada “Student” (Studi di Primagama English Sarijadi Bandung)”**.

Penulis menyadari bahwa banyak pihak yang terlibat dalam penyelesaian tugas akhir ini. Pada Kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Drs. Dadang Iskandar, MM selaku pembimbing yang telah bersedia dan meluangkan waktunya untuk memberikan pengarahan dan petunjuk kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Orang tua penulis, Drs. H. Sadili Samsudin, MBA., MM dan Hj. Susilawati (Alm) atas doa dan dukungannya.
3. Rektor, Dekan, Dosen dan segenap Civitas Akademika Institut Manajemen Telkom
4. Bapak Ir.Toto Huntoro selaku pemilik Primagama English Sarijadi yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian.
5. Mrs. Chriselia NJ Limbong, S.IP., MBA selaku kepala cabang Primagama English Sarijadi yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan informasi.
6. Seluruh karyawan dan *student* Primagama English Sarijadi atas kerjasamanya.
7. Teman-teman seperjuangan Kelas F MBTI 2009 yang telah bersama-sama menjadi teman bertukar pikiran, serta memberi berbagai masukan.

8. Seluruh pihak yang tanpa mengurangi rasa hormat tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terima kasih atas bantuan dan dukungan selama penyusunan tugas akhir ini.

Semoga tugas akhir ini bermanfaat bagi seluruh pembaca dan dapat dijadikan masukan bagi semua pihak yang berkepentingan. Penulis menyadari tugas akhir ini masih jauh dari kesempurnaan sehingga masih memiliki keterbatasan dan kekurangan. Untuk itu penulis dengan kerendahan hati menerima saran dan masukan yang membangun untuk perbaikan di masa mendatang.

Bandung, Januari 2013

Adhi Prasetyo

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1.....	Ga
mbaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1.....	Pro
fil Perusahaan	1
1.1.2.....	Visi
dan Misi.....	5
1.2.....	Lat
ar Belakang Penelitian	6
1.3.....	Per
umusan Masalah	13
1.4.....	Tuj
uan Penelitian	13
1.5.....	Keg
unaan Penelitian.....	14
1.6.....	Sist
ematika Penulisan Tugas Akhir.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	16

2.1.....	Pe
masaran Jasa	16
2.1.1.....	Def
inisi Pemasaran	16
2.1.2.....	Def
inisi Jasa	16
2.2.....	Bau
ran Promosi	17
2.2.1	Def
inisi Bauran Promosi.....	17
2.2.2	Uns
ur – Unsur Bauran Promosi.....	18
a.	Ad
vertising	18
b.	Dir
ect Marketing	22
c.	Inte
ractive/Internet Marketing	25
d.	Sal
es Promotion	27
e.	Pub
licity/Public Relations	28
f.	Per
sonal Selling.....	30
2.3.....	Kep
utusan Pembelian Jasa	32

2.3.1	Def	
inisi Keputusan Pembelian		32
2.3.2	Tip	
e-Tipe Perilaku Keputusan Pembelian.....		32
a.	Co	
mplex Buying Behavior		33
b.	Dis	
sonnance-Reducing Buying Behavior		34
c.	Hab	
itual Buying Behavior.....		34
d.....	Var	
iety-Seeking Buying Behavior		34
2.3.3	Pro	
ses Keputusan Pembelian		34
a.	Nee	
d Recognition		35
b.	Info	
rmation Search		35
c.	Eva	
luation of Alternatives		36
d.....	Pur	
chase Decision.....		37
e.	Pos	
t-Purchase Behavior		37
2.4.....	Pen	
elitian Terdahulu.....		38

2.4.1.....	Kar
ya Ilmiah.....	38
2.4.2.....	Jur
nal Nasional.....	43
2.4.3.....	Jur
nal Internasional	46
2.5.....	Ker
angka Pemikiran	49
2.6.....	Hip
otesis	53
2.7.....	Rua
ng Lingkup Penelitian	53
BAB III METODE PENELITIAN	55
3.1.....	Jeni
s Penelitian	55
3.2.....	Var
iabel Operasional	55
3.3.....	Ska
la Pengukuran	62
3.4.....	Tah
apan Penelitian	63
3.5.....	Pop
ulasi dan Sampel.....	63
3.5.1.....	Pop
ulasi.....	63
3.5.2.....	Sa
mpel.....	64

3.5.3.....	Tek
nik Pengambilan Sampel.....	64
3.6.....	Pen
gumpulan Data	65
3.7.....	Uji
Validitas dan Reliabilitas	65
3.7.1.....	Uji
Validitas	65
3.7.2.....	Uji
Reliabilitas.....	68
3.8.....	Tek
nik Analisis Data	69
3.8.1.....	Tek
nik Analisis Deskriptif	70
3.8.2.....	Uji
Asumsi Klasik	71
3.8.3.....	Ana
lisis Jalur.....	74
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	83
4.1.....	Kar
akteristik Responden.....	83
4.1.1.....	Kar
akteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	83
4.1.2.....	Kar
akteristik Responden Berdasarkan Jarak Tempat Tinggal	84

4.1.3.....	Kar
akteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	86
4.2.....	Ana
lisis Deskriptif	87
4.2.1.....	Ana
lisis Deskriptif Bauran Promosi.....	87
4.2.2.....	Ana
lisis Deskriptif Keputusan Pembelian Jasa	106
4.3.....	Uji
Asumsi Klasik	112
4.3.1.....	Uji
Multikolinieritas	112
4.3.2.....	Uji
Heteroskedastisitas.....	113
4.3.3.....	Uji
Normalitas	114
4.3.4.....	Uji
Linearitas	115
4.4.....	Ana
lisis Jalur	116
4.5.....	Ana
lisis Jalur (Uji Trimming)	135
4.6.....	Pe
mbahasan Hasil Penelitian	148
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	154

5.1.....	Kes
impulan	154
5.2.....	Sar
an	155
5.2.1 Saran Bagi Primagama English Sarijadi	155
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	155
5.2.3 Saran Bagi Institut Manajemen Telkom	156
DAFTAR PUSTAKA	157
LAMPIRAN	163