

DAFTAR ISI

<i>HALAMAN PERSETUJUAN</i>	<i>iii</i>
<i>HALAMAN PERNYATAAN</i>	<i>iv</i>
<i>DAFTAR ISI</i>	<i>ix</i>
<i>DAFTAR TABEL</i>	<i>xii</i>
<i>DAFTAR GAMBAR</i>	<i>xiii</i>
<i>DAFTAR LAMPIRAN</i>	<i>xiv</i>
<i>BAB I PENDAHULUAN</i>	<i>15</i>
1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	15
1.1.1. Profil Perusahaan	15
1.1.2. Visi dan misi	16
1.1.3. Lokasi Perusahaan	16
1.1.4. Struktur Organisasi	16
1.1.5. Produk yang dijual.....	18
1.2. Latar Belakang.....	20
1.3. Rumusan Masalah	26
1.4. Tujuan Penelitian.....	26
1.5. Manfaat Penelitian.....	26
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	26
1.5.2 Manfaat Praktis	26
1.6. Sistematika Penlisan Tugas Akhir.....	26
<i>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</i>	<i>28</i>
2.1. Tinjauan Pustaka Penelitian	28
2.1.1 Pemasaran	28
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	28
2.1.3 Promosi	30
2.1.4 Bauran promosi.....	31
2.1.5 Keputusan pembelian.....	31
2.2. Penelitian Terdahulu.....	35
2.3. Kerangka Pemikiran	40
2.4. Hipotesis	40
<i>BAB III METODE PENELITIAN</i>	<i>41</i>
3.1. Jenis Penelitian	41
3.2. Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran.....	41
3.2.1 Variabel Operasional	41

3.2.2	Skala Pengukuran	44
3.3	Populasi dan Sampel.....	45
3.4	Teknik pengumpulan data	46
3.4.1	Pengumpulan data.....	46
3.4.2	Sumber Data	47
3.5	Uji Validitas dan Reabilitas.....	47
3.6	Mothode Of Successive Interval (MSI).....	49
3.7	Teknik Analisis Data	50
3.7.1	Analisis Deskriptif.....	50
3.8	Uji Asumsi Klasik	51
3.8.1	Uji Normalitas.....	51
3.9	Uji Regresi Linier Sederhana	52
3.10	Uji hipotesis.....	52
3.11	Koefisien Determinasi	53
<i>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</i>		<i>54</i>
4.1	Gambaran Umum Responden.....	54
4.1.1	Deskripsi Umum Responden Berdasarkan Usia.....	54
4.1.2	Deskripsi Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
4.1.3	Deskripsi Umum Responden Berdasarkan Pekerjaan	55
4.1.4	Deskripsi Umum Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan	56
4.2.	Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	56
4.2.1	Hasil Uji Validitas	56
4.2.2	Hasil Uji Reabilitas.....	57
4.3	Hasil Analisis Deskriptif	58
4.3.1	Hasil Analisis Variabel Promosi.....	58
4.3.2	Hasil Analisis Variabel Keputusan Pembelian	61
4.4	Uji Asumsi Klasik	64
4.4.1	Uji Normalitas.....	64
4.4.2	Uji Heteroskedastisitas	65
4.5	Analisis Regresi Linear Sederhana.....	66
4.6	Uji Koefisien Determinasi.....	66
4.7	Uji Hipotesis.....	67
5.1	Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Flowerry.Florist	67
<i>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</i>		<i>69</i>
5.1	Kesimpulan.....	69
5.2	Saran.....	70
5.2.1	Saran Bagi Perusahaan.....	70

5.2.2 Saran Bagi Peneliti Berikutnya.....	70
<i>DAFTAR PUSTAKA</i>	71
<i>LAMPIRAN</i>	74