

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	2
1.3 Perumusan Masalah.....	13
1.4 Pertanyaan Penelitian	14
1.5 Tujuan Penelitian	15
1.6 Manfaat Penelitian.....	15
1.6.1 Aspek Teoritis	16
1.6.2 Aspek Praktis	16
1.7 Ruang Lingkup Penelitian	16
1.7.1 Lokasi dan Objek Penelitian	16
1.7.2 Waktu dan Periode Penelitian	16
1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	17

BAB II TINJAUAN PUSTAKA	18
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian.....	18
2.1.1 Pemasaran	18
2.1.2 Bauran Pemasaran	19
2.1.3 Bauran Promosi	19
2.1.4 Keputusan Pembelian	25
2.1.5 Penelitian Terdahulu	27
2.2 Kerangka Pemikiran	33
2.3 Hipotesis Penelitian.....	38
BAB III METODE PENELITIAN	40
3.1 Karakteristik Penelitian	40
3.2 Alat Pengumpulan Data.....	40
3.2.1 Skala Pengukuran	41
3.2.1 Variabel Operasional	42
3.3 Tahapan Penelitian	50
3.4 Populasi dan Sampel	51
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	53
3.6 Validitas dan Reliabilitas	54
3.6.1 Uji Validitas	54
3.6.2 Uji Reabilitas.....	57
3.7 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	58
3.7.1 Analisis Deskriptif Crosstab.....	58
3.7.2 Analisis Deskriptif	58
3.7.3 Method Succesive Interval (MSI).....	59
3.7.4 Uji Asumsi Klasik.....	60
3.7.5 Analisis Regresi Linear Berganda	62

3.7.6	Uji Hipotesis Simultan (Uji F)	62
3.7.7	Uji Hipotesis Parsial (Uji T).....	63
3.7.8	Koefisien Determinasi	63
BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan		64
4.1	Karakteristik Responden.....	64
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	65
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	66
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	67
4.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	68
4.1.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Daerah Asal	69
4.2	Analisis Crosstab.....	69
4.3	Analisis Deskriptif.....	75
4.3.1	Tanggapan Responden Mengenai Variabel Advertising.....	76
4.3.2	Tanggapan Responden Mengenai Variabel Sales Promotion.....	78
4.3.3	Tanggapan Responden Mengenai Variabel Keputusan Pembelian	79
4.4	Uji Asumsi Klasik	82
4.4.1	Uji Normalitas	82
4.4.2	Uji Multikolinearitas.....	84
4.4.3	Uji Heterokedastisitas	84
4.5	Analisis Regresi Linear Berganda	85
4.6	Uji Hipotesis Simultan (Uji F)	87
4.7	Uji Hipotesis Parsial (Uji T).....	88
4.8	Koefisien Determinasi	89
4.9	Pembahasan Penelitian	90

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	92
5.1 Kesimpulan.....	92
5.2 Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA.....	95
LAMPIRAN.....	96