

## DAFTAR ISI

|                                                                  |             |
|------------------------------------------------------------------|-------------|
| <b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>                                  | <b>iii</b>  |
| <b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>                                   | <b>iv</b>   |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                                       | <b>v</b>    |
| <b>ABSTRAK .....</b>                                             | <b>vii</b>  |
| <b>ABSTRACT .....</b>                                            | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                                           | <b>ix</b>   |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                                        | <b>xii</b>  |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                                        | <b>xiii</b> |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>                                     | <b>xiv</b>  |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                                    | <b>1</b>    |
| 1.1 Gambaran Umum Perusahaan .....                               | 1           |
| 1.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan Domino's Pizza.....             | 1           |
| 1.1.2 Visi, Misi, dan Logo Domino's Pizza .....                  | 2           |
| 1.2 Latar Belakang Masalah .....                                 | 3           |
| 1.3 Perumusan Masalah .....                                      | 9           |
| 1.4 Tujuan Penelitian .....                                      | 9           |
| 1.5 Kegunaan penelitian .....                                    | 9           |
| 1.6 Sistematika penulisan .....                                  | 10          |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN .....</b>      | <b>11</b>   |
| 2.1 Tinjauan Pustaka.....                                        | 11          |
| 2.1.1 Manajemen Pemasaran.....                                   | 11          |
| 2.1.2 Pengertian Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ) ..... | 12          |
| 2.1.3 Pengertian Promosi.....                                    | 13          |
| 2.1.4 Bauran Promosi .....                                       | 14          |
| 2.1.5 Teori-teori Perilaku Konsumen .....                        | 17          |
| 2.1.6 Keputusan Pembelian .....                                  | 19          |
| 2.1.7 Pengaruh Bauran Promosi terhadap Keputusan Pembelian ...   | 21          |
| 2.2 Penelitian Terdahulu .....                                   | 22          |
| 2.3 Kerangka Pemikiran .....                                     | 35          |
| 2.4 Hipotesis Penelitian .....                                   | 38          |

|                                                                      |           |
|----------------------------------------------------------------------|-----------|
| 2.5 Ruang Lingkup Penelitian .....                                   | 38        |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>                               | <b>40</b> |
| 3.1 Jenis Penelitian .....                                           | 40        |
| 3.2 Variabel Penelitian, Variabel Operasional dan Skala Pengukuran.. | 41        |
| 3.2.1 Variabel Penelitian .....                                      | 41        |
| 3.2.2 Variabel Operasional .....                                     | 42        |
| 3.2.3 Skala Pengukuran .....                                         | 44        |
| 3.3 Tahapan Penelitian.....                                          | 45        |
| 3.4 Populasi dan Sampel .....                                        | 47        |
| 3.4.1 Populasi .....                                                 | 47        |
| 3.4.2 Sampel .....                                                   | 47        |
| 3.4.3 Teknik Sampling .....                                          | 48        |
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data.....                                     | 49        |
| 3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas .....                             | 49        |
| 3.6.1 Uji Validitas .....                                            | 50        |
| 3.6.2 Uji Reliabilitas.....                                          | 53        |
| 3.7 Teknik Analisis Data .....                                       | 54        |
| 3.7.1 Analisis Deskriptif.....                                       | 55        |
| 3.7.2 <i>Method of Successive Interval (MSI)</i> .....               | 57        |
| 3.7.3 Uji Asumsi Klasik .....                                        | 58        |
| 3.7.4 Analisis Regresi Linier Sederhana .....                        | 59        |
| 3.7.5 Pengujian Hipotesis .....                                      | 60        |
| 3.7.6 Koefisien Determinasi .....                                    | 60        |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>                   | <b>62</b> |
| 4.1 Karakteristik Responden.....                                     | 62        |
| 4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....         | 62        |
| 4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....             | 63        |
| 4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan .....          | 64        |
| 4.2 Hasil penelitian .....                                           | 66        |
| 4.2.1 Analisis Deskriptif.....                                       | 66        |
| 4.2.2 Tanggapan Responden Mengenai Bauran Promosi (X) .....          | 66        |
| 4.2.3 Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian (Y)           | 73        |

|                                                                                      |           |
|--------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 4.3 Transformasi Data Ordinal Menjadi Interval.....                                  | 77        |
| 4.4 Uji Asumsi Klasik.....                                                           | 77        |
| 4.5 Analisis Regresi Linier Sederhana.....                                           | 81        |
| 4.6 Uji Hipotesis .....                                                              | 83        |
| 4.6.1 Uji t.....                                                                     | 83        |
| 4.6.2 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....                                          | 84        |
| 4.7 Pembahasan Hasil Penelitian .....                                                | 85        |
| 4.7.1 Bauran Promosi Pada Domino's Pizza di Kota Bandung .....                       | 85        |
| 4.7.2 Keputusan Pembelian pada Domino's Pizza di Kota Bandung<br>(Y) 86              |           |
| 4.7.3 Pengaruh Variabel Bauran Promosi (X) terhadap Keputusan<br>Pembelian (Y) ..... | 87        |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>                                              | <b>89</b> |
| 5.1 Kesimpulan .....                                                                 | 89        |
| 5.2 Saran .....                                                                      | 89        |
| 5.2.1 Bagi Perusahaan .....                                                          | 90        |
| 5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya .....                                                | 90        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                                                          | <b>91</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>                                                                 | <b>93</b> |