

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.2 Latar Belakang	2
1.3 Identifikasi Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Kajian Teoritis	10
2.1.1 Promosi Penjualan	10
2.1.2 Respon Khalayak	15
2.2 Hubungan Promosi Penjualan dengan Respon Khalayak	16
2.3 Penelitian Terdahulu	17
2.3.1 Skripsi Terdahulu.....	17
2.3.2 Jurnal Nasional	20
2.3.3 Jurnal Internasional.....	23
2.4 Kerangka Pemikiran	28
2.5 Hipotesis Penelitian	29
2.6 Ruang Lingkup Penelitian	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	31

3.1 Jenis Penelitian	31
3.2 Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran.....	32
3.2.1 Operasionalisasi Variabel.....	32
3.3 Skala Pengukuran	35
3.4 Populasi dan Sampel	36
3.4.1 Populasi	36
3.3.2 Sampel.....	36
3.5 Teknik Sampling	37
3.6 Teknik Pengumpulan Data	38
3.6.1 Jenis Data	38
3.6.2 Pengumpulan Data	38
3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas	39
3.7.1 Uji Validitas.....	39
3.7.2 Uji Reliabilitas	42
3.8 Teknik Analisis Data	43
3.8.1 Analisis Deskriptif	43
3.8.2 Method of Successive Interval (MSI)	44
3.8.3 Uji Asumsi Klasik.....	45
3.8.4 Uji Normalitas	46
3.8.5 Analisis Korelasi.....	46
3.8.6 Uji Heteroskedastisitas.....	47
3.8.5 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	48
3.8.6 Uji Hipotesis (Uji T)	48
3.8.7 Koefisien Determinasi (R ²).....	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	51
4.1 Karakteristik Responden	51
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	52
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	52
4.2 Hasil Penelitian.....	53
4.2.1 Analisis Deskriptif Variabel X (Promosi Penjualan).....	54

4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel Y (Respon Khalayak)	57
4.2.3 Uji Normalitas	62
4.2.4 Analisis Koefisien Korelasi.....	64
4.2.5 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana.....	65
4.2.6 Hasil Uji Hipotesis.....	67
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	68
4.3.1 Pembahasan Variabel Promosi Penjualan	68
4.3.2 Pembahasan Variabel Respon Khalayak.....	69
4.3.3 Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Respon Khalayak di Bandung	69
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	71
5.1 Kesimpulan.....	71
5.2 Saran.....	72
5.2.1 Bidang Akademis.....	72
5.2.2 Bidang Praktis.....	72
DAFTAR PUSTAKA.....	73
LAMPIRAN	75