

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	9
1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian .....	11
1.3.1 Maksud Penelitian .....	11
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Kegunaan Penelitian .....	12
1.4.1 Kegunaan Teoritis.....	12
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	13
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS .....</b>	<b>14</b>
2.1 Tinjauan Pustaka.....	14

2.1.1 Penelitian Terdahulu.....	14
2.1.2 Tinjauan Komunikasi .....	16
2.1.2.1 Pengertian Komunikasi .....	16
2.1.2.2 Fungsi Komunikasi .....	17
2.1.2.3 Tujuan Komunikasi.....	18
2.1.3 Tinjauan Komunikasi Pemasaran .....	19
2.1.3.1 Pengertian Komunikasi Pemasaran.....	19
2.1.3.2 Bauran Komunikasi Pemasaran .....	20
2.1.3.3 Faktor Komunikasi Pemasaran .....	21
2.1.4 Tinjauan Promosi.....	25
2.1.4.1 Pengertian Promosi .....	25
2.1.4.2 Indikator Bauran Promosi .....	26
2.1.4.3 Tujuan Promosi .....	28
2.1.4.4 Manfaat Promosi .....	29
2.1.5 Tinjauan Perilaku Konsumen Dalam Komunikasi Pemasaran....	29
2.1.6 Tinjauan Keputusan Pembelian .....	30
2.1.6.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	30
2.1.6.2 Tahapan Proses Keputusan Pembelian.....	31
2.1.6.3 Struktur Keputusan Pembelian.....	33
2.1.6.4 Jenis-jenis Perilaku Keputusan Pembelian.....	35
2.2 Kerangka Pemikiran .....	36
2.2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	36
2.2.2 Kerangka Pemikiran Konseptual .....	39

2.2.3 Alur Kerangka Pemikiran.....	41
2.3 Hipotesis .....	43
2.3.1 Hipotesis Induk.....	43
2.3.2 Hipotesis Pendukung .....	43
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>46</b>
3.1 Desain Penelitian .....	46
3.2 Populasi Dan Sampel.....	48
3.2.1 Populasi Penelitian .....	48
3.2.2 Sampel Penelitian .....	49
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	50
3.3.1 Studi Pustaka .....	51
3.3.2 Studi Lapangan .....	52
3.4 Operasionalisasi Variabel .....	53
3.5 Teknik Analisa Data .....	55
3.5.1 Uji Validitas.....	57
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	58
3.5.3 Analisis Deskriptif.....	59
3.5.4 Analisis Regresi Linear Sederhana.....	59
3.5.5 Uji Statistik Penelitian .....	64
3.5.6 Uji Hipotesis .....	65
3.6 Lokasi Dan Waktu Penelitian .....	66
3.6.1 Lokasi Penelitian .....	66
3.6.2 Waktu Penelitian .....	66

<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>68</b>
4.1 Gambaran Objek Penelitian.....	68
4.1.1 Sejarah Saturdays <i>Lifestyle</i> .....	68
4.1.2 Visi, Misi Dan Nilai Saturdays <i>Lifestyle</i> .....	71
4.1.3 Struktur Organisasi Saturdays .....	72
4.2 Karakteristik Responden.....	73
4.3 Pengujian Instrumen Penelitian .....	75
4.4 Analisis Deskriptif .....	77
4.4.1 Gambaran Bauran Promosi (X) .....	78
4.4.2 Gambaran Keputusan Pembelian (Y).....	86
4.5 Analisis Uji Asumsi Klasik .....	94
4.6 Analisis Regresi Linear Sederhana (Bauran Promosi (Iklan, Penjualan Pribadi, Pemasaran Langsung, Promosi Penjualan Dan Hubungan Masyarakat) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen <i>Saturdays Store</i> Di Kota Bandung).....	101
4.6.1 Pengujian Hipotesis (Bauran Promosi (Iklan, Penjualan Pribadi, Pemasaran Langsung, Promosi Penjualan Dan Hubungan Masyarakat) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen <i>Saturdays Store</i> Di Kota Bandung) .....	103
4.7 Analisis Regresi Linear Sederhana (Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Pengenalan Kebutuhan, Pencarian Informasi, Evaluasi Alternatif, Keputusan Pembelian Dan Perilaku Pasca Pembelian) Konsumen <i>Saturdays Store</i> Di Kota Bandung) .....	112

4.7.1 Pengujian Hipotesis (Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Pengenalan Kebutuhan, Pencarian Informasi, Evaluasi Alternatif, Keputusan Pembelian Dan Perilaku Pasca Pembelian) Konsumen <i>Saturdays Store</i> Di Kota Bandung).....	115
4.8 Analisis Regresi Linear Sederhana (Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen <i>Saturdays Store</i> Di Kota Bandung) .....	123
4.9 Analisis Koefisien Determinasi .....	125
4.10 Pembahasan .....	130
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>146</b>
5.1 Kesimpulan .....	146
5.2 Saran .....	150
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>151</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>155</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>195</b>