DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PENGESAHAN i

PERNYATAAN KEASLIAN..... ii

ABSTRAK iii

ABSTRACT iv

KATA PENGANTAR..... v

DAFTAR ISI..... viii

DAFTAR GAMBAR..... xii

DAFTAR TABEL xiii

DAFTAR LAMPIRAN..... xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian 1

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah 6

1.2.1 Identifikasi Masalah…….. ... 6

1.2.2 Rumusan Masalah……. ... 7

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian..... 7

1.3.1 Maksud Penelitian…….. .. 7

1.3.2 Tujuan Penelitian……... .. 7

1.4 Kegunaan Penelitian..... 8

1.4.1 Kegunaan Akademis…….. .. 8

1.4.2 Kegunaan Praktis…… . 8

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian 9

1.5.1 Lokasi Penelitian…….. 9

1.5.2 Waktu Penelitian……. 9

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka..... 10

2.1.1 Komunikasi Pemasaran..... 10

2.1.1.1 Pengertian Komunikasi Pemasaran..... 10

2.1.1.2 Bauran Komunikasi Pemasaran 11

2.1.1.3 Sistem Komunikasi Pemasaran..... 12

2.1.1.4 Metode Komunikasi Pemasaran……..... 13

2.1.1.5 Komunikasi Pemasaran……... 14

2.1.2 Keputusan Pembelian Konsumen……. ... 15

2.1.2.1 Pengertian keputusan Pembelian……..... 15

2.1.2.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian……. .. 16

2.1.2.3 Jenis-jenis Perilaku Pembelian……..... 17

2.1.2.4 Proses Keputusan Pembelian…… ... 18

2.1.2.5 Pengaruh Komunikasi Pemasaran Dengan proses Keputusan……... 19

2.1.2.6 Peneliti Terdahulu……... 20

2.2 Kerangka Pemikiran……. .. 21

2.3 Hipotesis……. 25

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian 27

3.2 Metode Penelitian..... 27

3.2.1 Desain Penelitian..... 27

3.2.2 Operasionalisasi Variabel 28

3.2.3 Metode Penarikan Sampel..... 31

3.2.4 Jenis dan Metode Pengumpulan Data 32

3.2.4.1 Jenis Data..... 32

3.2.4.2 Metode Pengumpulan Data 33

3.2.5 Metode Analisis dan Perancangan Hipotesis 34

3.2.5.1 Metode Analisis 34

3.2.5.1.1 Analisis Kualitatif…… 41

3.2.5.1.2 koefisien Kuantitatif……... .. 43

3.2.5.1.3Analisis Linier Regresi Sederhana. 43

3.2.5.1.4 Analisis Koefisien Korelasi

Product Momen Metodt (perseo). 44

3.2.5.1.5 Analisis Koefisien Determinasi… 46

3.2.5.2 Perancangan Hipotesis..... 47

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian 50

4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan 50

4.1.2 Aspek Perusahaan 52

4.1.3 Struktur Organisasi 53

4.1.4 Deskrifsi Jabatan 55

4.2 Hasil Pembahasan 57

4.2.1 Profil Responden……...……. 57

4.2.2 Komunikasi Pemasaran Pada sepeda Motor Merek Bajaj Di CV BIntang Surya Junjunan... ……. 60

4.2.3 Keputusan Pembelian Pada sepeda Motor Merek Bajaj Di CV BIntang Surya Junjunan ……. 67

4.3 Pengaruh Antara Komunikasi Pemasaran Dengan Keputusan Pembelian……. 72

4.3.1 Analisis Regresi……..... 73

4.3.2 Analisis Koefisien Korelasi…..……... 75

4.3.3 Analisis Koefisien Determinasi…….. 77

4.3.4 Pengujian Hipotesis…… 77

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan 80

5.2 Saran..... 81

DAFTAR PUSTAKA..... 82

LAMPIRAN - LAMPIRAN 83