DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PENGESAHAN…… i
PERNYATAAN KEASLIAN…… ii
ABSTRAK…… iii
ABSTRACT……. iv
KATA PENGANTAR……. v
DAFTAR ISI……. ix
DAFTAR GAMBAR…… xii
DAFTAR TABEL…….. xiii
DAFTAR LAMPIRAN……. xvi

BAB I PENDAHULUAN
1.1 Latar Belakang Penelitian…… 1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah…… 9
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian…… 10
1.4 Kegunaan Penelitian…….. 10
1.4.1 Kegunaan Praktis…… 11
1.4.2 Kegunaan Akademis…….. 11
1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian..…… 12

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS
2.1 Kajian Pustaka……. 13
2.1.1 Periklanan…..…….. 13
2.1.1.1 Pengertian Periklanan.....…..……..... 13
2.1.1.2 Manfaat Periklanan……..…….... 16
2.1.1.3 Media Periklanan…… 18
2.1.2 Keputusan Pembelian.……. 22

2.1.2.1 Pengertian Keputusan Pembelian……. 22
2.1.2.2 Tahapan Dalam Keputusan Pembelian…….. 25
2.1.2.3 Faktor-Faktor Penyebab Keputusan Pembelian. 27
2.1.3 Pengaruh Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian. 31
2.2 Kerangka Pemikiran…..…….……..... 33
2.3 Hipotesis……. 41

BAB III OBJEK DAN METODA PENELITIAN
3.1 Objek Penelitian…… 42
3.2 Metode Penelitian……. 42
3.2.1 Desain Penelitian…….. 43
3.2.2 Operasionalisasi Variabel……. 46
3.2.3 Metode Penarikan Sampel…… 47
3.2.3.1 Populasi……..….... 47
3.2.3.2 Sampel..……. 48
3.2.4 Jenis Dan Metode Pengumpulan Data……. 49
3.2.4.1 Jenis Data…….. 49
3.2.4.2 Metode Pengumpulan Data…… 50
3.2.4.3 Uji Validitas……... 51
3.2.4.4 Uji Reabilitas……. 56
3.2.5 Metode Analisis dan Perancanagn Hipotesis..……. 59
3.2.5.1 Metode Analisis……. 59
3.2.5.1.1 Analisis Deskriptif…….. 59
3.2.5.1.2 Analisis kuantitatif…….. 63
3.2.5.2 Perancangan Hipotesis…… 65

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
4.1 Hasil Penelitian…….. 67
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan…… 67
4.1.2 Struktur Organisasi……. 72

4.1.3 Deskripsi Jabatan..……...…… 73
4.1.4 Karakterisitik Responden…...……. 76
4.2 Pembahasan Penelitian ……..…… 79
4.2.1 Tanggapan Konsumen Terhadap Kegiatan Perikalan Toserba Selamat Cianjur ……... 79
4.2.1.1 Media Iklan Elektronik (Radio)……. 79
4.2.1.2 Media Cetak (Spanduk / Brosur/Katalog)….. 84
4.2.2 Tanggapan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toserba Selamat Cianjur……. 90
4.2.2.1 Pengenalan Kebutuhan…… 90
4.2.2.2 Pencarian Informasi…… 92
4.2.2.3 Evaluasi Informasi…….. 94
4.2.2.4 Keputusan Konsumen Untuk Membeli…….. 96
4.2.2.5 Perilaku Pasca Pembelian…….. 98
4.2.3 Hasil Uji Hipotesis……. 101
4.2.3.1 Pengaruh Periklanan Trehadap Keputusan Pembelian Pada Toserba Selamat Cianjur……... 101
4.2.3.1.1 Analisis Regresi Linier Sederhana.....…..... 102
4.2.3.1.2 Analisis Korelasi Pearson Product Moment …….. 104
4.2.3.1.3Analisis Koefisien Determinasi……... 106
4.2.3.1.4 Pengujian Hipotesis……. 107

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN
5.1 Kesimpulan…….. 109
5.2 Saran…… 111

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN