DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PENGESAHAN i

LEMBAR PERSEMBAHAN ii

LEMBAR PERNYATAAN iii

ABSTRAK iv

***ABSTRACT* .....v**

KATA PENGANTAR.....vi

DAFTAR ISI x

DAFTAR TABEL xvi

DAFTAR GAMBAR..... xviii

DAFTAR LAMPIRAN.....xix

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....1

1.2 Identifikasi Masalah 6

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....7

1.3.1 Maksud Penelitian 7

1.3.2 Tujuan Penelitian.....8

1.4 Kegunaan Penelitian.....9

1.4.1Kegunaan Teoritis 9

1.4.2 Kegunaan Praktis.....9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka 11

2.1.1 Penelitian Terdahulu Yang Sejenis 11

2.1.2 Tinjauan Komunikasi Secara Umum 13

2.1.2.1 Tujuan Komunikasi 16

2.1.2.2 Proses Komunikasi 16

2.1.2.3 Fungsi Komunikasi.....18

2.1.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Pemasaran.....20

2.1.3.1 Ruang Lingkup Komunikasi Pemasaran 20

2.1.4 Tinjauan Tentang Promosi 22

2.1.4.1 Pengertian Promosi.....22

2.1.4.2 Promosi Sebagai Proses Komunikasi 23

2.1.5 Tinjauan Tentang Periklanan 24

2.1.5.1 Pengertian Periklanan.....24

2.1.5.2 Ciri Khas Periklanan.....25

2.1.5.3 Sifat Periklanan 26

2.1.5.4 Pemilihan Media.....27

2.1.6 Tinjauan Tentang Brosur.....29

2.1.7 Tinjauan Tentang Efektivitas 29

2.1.8 Tinjauan Tentang Minat Beli 31

2.1.8.1 Pengertian Minat Beli.....31

2.1.8.2 Faktor-Faktor Minat Beli.....31

2.1.8.3 Indikator Minat Beli 33
2.1.9 Tinjauan Tentang Konsumen 34
2.2 Kerangka Pemikiran 35
2.2.1 Kerangka Teoritis 35
2.2.2 Kerangka Konseptual 40
2.3 Hipotesis 41

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian 45
3.1.1 Sejarah Singkat Alfamart 45
3.1.2 Visi, Misi, dan Budaya Alfamart 46
3.1.2.1 Visi 46
3.1.2.2 Misi 46
3.1.2.3 Budaya 47
3.1.3 Logo dan Maskot Alfamart 47
3.1.3.1 Logo 47
3.1.3.2 Maskot 49
3.1.4 Alfamart Cabang PRIMKOP Kartika Dustira 50
3.1.4.1 Struktur Organisasi 50
3.1.4.2 *Job Deskription* 51
3.1.5 Brosur Alfamart 54
3.2 Metode Penelitian 56
3.2.1 Desain Penelitian 56
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data 56

3.2.2.1 Studi Pustaka 56
3.2.2.2 Studi Lapangan 58
3.2.3 Populasi dan Teknik Penarikan Sampel 60
3.2.3.1 Populasi Penelitian 60
3.2.3.2 Teknik Penarikan Sampel 62
3.2.4 Operasionalisasi Variabel 63
3.2.5 Teknik Analisis Data 65
3.2.5.1 Uji Validitas 65
3.2.5.2 Uji Reliabilitas 66
3.2.5.3 Uji Normalitas 69
3.2.5.4 Uji Linearitas 69
3.2.5.5 Uji Statistik Penelitian 69
3.2.6 Lokasi dan Waktu Penelitian 73
3.2.6.1 Lokasi Penelitian 73
3.2.6.1 Waktu Penelitian 73

BAB IV HASIL PENELITIAN

4.1 Deskriptif Identitas Responden 75
4.1.1 Jenis Kelamin 75
4.1.2 Usia 76
4.1.3 Pendidikan Akhir 78
4.1.4 Pekerjaan 80
4.2 Deskriptif Uji Instrumen 81
4.2.1 Uji Validitas 81

4.2.2 Uji Reliabilitas.....84
4.2.3 Uji Normalitas.....86
4.2.4 Uji Linearitas.....87
4.3 Analisis Deskriptif Hasil Penelitian.....90
4.3.1 Analisis Proses Penyebaran Brosur Alfamart Terhadap Minat Beli Konsumen.....90
4.3.2 Analisis Tujuan Penyebaran Brosur Alfamart Terhadap Minat Beli Konsumen.....94
4.3.3 Analisis Waktu Penyebaran Brosur Alfamart Terhadap Minat Beli Konsumen.....99
4.3.4 Analisis Efektivitas Penyebaran Brosur Alfamart Terhadap Minat Refrensial Konsumen.....103
4.3.5 Analisis Efektivitas Penyebaran Brosur Alfamart Terhadap Minat Eksploratif Konsumen.....107
4.3.6 Analisis Efektivitas Penyebaran Brosur Alfamart Terhadap Minat Transaksional Konsumen.....112
4.3.7 Analisis Efektivitas Penyebaran Brosur Alfamart Terhadap Minat Preferensial Konsumen.....116
4.3.8 Analisis Efektivitas Penyebaran Brosur Alfamart Terhadap Minat Beli Konsumen.....121
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....125

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....134

5.2 Saran.....135

DAFTAR PUSTAKA 138

LAMPIRAN –LAMPIRAN.....141