DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PENGESAHAN i

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN ii

MOTTO iii

ABSTRAK iv

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

KATA PENGANTAR..... vi

DAFTAR ISI..... ix

DAFTAR TABEL..... xiii

DAFTAR GAMBAR.....xv

DAFTAR LAMPIRAN xvi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian 1

1.2 Identifikas Dan Rumusan Masalah 8

1.2.1 Identifikasi Masalah 8

1.2.2. Rumusan Masalah 9

1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian.....9

1.3.1 Maksud Penelitian 9

1.3.2 Tujuan Penelitian.....9

1.4 Kegunaan Penelitian 10

1.4.1 Kegunaan Praktis 10

1.4.2 Kegunaan Akademis 10

1.5 Lokasi Dan Waktu Penelitian 11

1.5.1 Lokasi Penelitian 11

1.5.2 Waktu Penelitian 11

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka 12

2.1.1 Konsep Promosi.....12

2.1.1.1 Tujuan Promosi.....17

2.1.1.2 Bauran Promosi 19

2.1.1.3 Definisi Periklanan (X1).....22

2.1.1.4 Tujuan Periklanan 24

2.1.1.5 Indikator Periklanan 26

2.1.2 Definisi Promosi Penjualan (X2).....26

2.1.2.1 Fungsi Dan Tujuan Promosi Penjualan 29

2.1.2.2 Indikator Promosi Penjualan 31

2.1.3 Minat Beli (Y) 31

2.1.4 Hasil Penelitian Sebelumnya 33

2.2 Kerangka Pemikiran 34

2.2.1. Pengaruh Iklan Media Cetak Terhadap Minat Beli Konsumen.....34

2.2.2. Pengaruh Promosi penjualan Terhadap Minat Beli Konsumen.....35

2.2.3. Pengaruh Penerapan iklan media Dan Promosi penjualan

Terhadap Minat Beli Konsumen 35

2.3 Hipotesis 37

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian 38

3.2 Metode Penelitian 38

3.2.1 Desain Penelitian 40

3.2.2 Operasional Variable 44

3.2.3 Sumber Dan Teknik Penentuan Data 47

3.2.3.1 Sumber Data 47

3.2.3.2 Teknik Penentuan Data 48

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data 50

3.2.4.1 Uji Msi (Data Ordinal Ke Interval) 51

3.2.4.2 Uji Validitas 53

3.2.4.3 Uji Reliabilitas 57

3.2.5. Rancangan Analisis Dan Pengujian Hipotesis 60

3.2.5.1 Rancangan Analisis 60

3.2.5.1.1 Analisis Data Deskriptif (Kualitatif) 60

3.2.5.1.2 Analisis Data Verifikatif (Kuantitatif) 61

3.2.5.2 Pengujian Hipotesis 64

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan 69

4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan 69

4.1.2 Visi dan Misi 69

4.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan dan Wewenang Bagian-Bagian 70

4.2 Karakteristik Responden 74

4.3 Analisis Deskriptif 75

4.3.1 Analisis Deskriptif Iklan sebagai Variabel X_1.....75

4.3.2 Analisis Deskriptif Promosi penjualan sebagai Variabel X_2.....81

4.3.3 Analisis Deskriptif Minat beli sebagai Variabel Y.....86

4.4 Analisis Verifikatif.....91

4.4.1 Persamaan Regresi Linier Berganda 91

4.4.2 Uji Asumsi Klasik.....92

4.4.3 Analisis Korelasi 97

4.4.4 Analisis Koefesien Determinasi 99

4.4.5 Uji Hipotesis.....101

4.4.5.1 Pengujian Secara Parsial (Uji-T).....101

4.4.5.2 Pengujian Secara Simultan (Uji-F).....105

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....108

5.2 Saran 110

DAFTAR PUSTAKA.....112

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP