DAFTAR ISI

Hal

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PERNYATAAN

ABSTRAK i

***ABSTRACT* ..... ii**

KATA PENGANTAR iii

DAFTAR ISI vi

DAFTAR TABEL x

DAFTAR GAMBAR xii

DAFTAR LAMPIRAN xiii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah 7

1.2.1 Identifikasi Masalah 7

1.2.2 Rumusan Masalah 7

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian 8

1.3.1 Maksud Penelitian 8

1.3.2 Tujuan Penelitian 8

1.4 Kegunaan Penelitian 8

1.4.1 Kegunaan Praktisi 8

1.4.2 Kegunaan Akademisi 9

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian 9

Hal

1.5.1 Lokasi Penelitian 9

1.5.2 Waktu Penelitian.....9

BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kajian Pustaka 11

2.1.1 Promosi Penjualan 11

2.1.1.1 Pengertian Promosi Penjualaan 11

2.1.1.2 Tujuan Promosi Penjualan.....13

2.1.1.3 Peranan Promosi Penjualan 14

2.1.1.4 Alat Promosi Penjualan 17

2.1.1.5 Pengukuran Promosi Penjualan 22

2.1.1.6 Manfaat Promosi Penjualan.....24

2.1.1.7 Tahapan Promosi Penjualan.....25

2.1.2 Penelitian Terdahulu.....28

2.2 Kerangka Pemikiran.....33

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian.....36

3.2 Metode Penelitian 36

3.2.1 Desain Penelitian 37

3.2.2 Operasionalisasi Variabel 39

3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data 41

3.2.3.1 Sumber Data 41

Hal

3.2.3.2 Teknik Penentuan Data 41

3.2.3.2.1 Populasi 41

3.2.3.2.2 Sampel 42

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data 43

3.2.5 Rancangan Analisis 44

3.2.5.1 Analisis Deskriptif/Kualitatif 44

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan 47

4.1.1 Sejarah Perusahaan 47

4.1.2 Visi dan Misi 52

4.1.3 Struktur Organisasi 53

4.1.4 Deskripsi Jabatan (*Job Description*) 54

4.1.5 Aktifitas Perusahaan 55

4.2 Pembahasan Penelitian 56

4.2.1 Pelaksanaan Promosi Penjualan Pada Adorable Projects Di Cimahi

4.2.2 Karakteristik Responden 60

4.2.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 60

4.2.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 61

4.2.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkn Pendidikan Terakhir 62

4.2.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 63

4.2.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Dalam 1 Bulan 64

Hal

4.3 Analisis Deskriptif/Kualitatif.....65

4.3.1 Tanggapan Responden Mengenai Promosi Penjualan Pada Adorable Projects Di Cimahi.....66

4.4 Hasil Implementasi Model.....75

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....78

5.2 Saran.....80

DAFTAR PUSTAKA.....82

LAMPIRAN