DAFTAR ISI

HALAMAN

LEMBAR PENGESAHAN i

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN ii

ABSTRAK iii

***ABSTRACT*..... iv**

KATA PENGANTAR v

DAFTAR ISI viii

DAFTAR TABEL xii

DAFTAR GAMBAR xv

DAFTAR LAMPIRAN xvi

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang Penelitian 1

1.2 Identifikasi Masalah Dan Rumusan Masalah 9

1.2.1 Identifikasi Masalah 9

1.2.2 Rumusan Masalah 9

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian 10

1.3.1 Maksud Penelitian 10

1.3.2 Tujuan Penelitian 10

1.4 Kegunaan Penelitian 11

1.4.1 Kegunaan Praktis 11

1.4.2 Kegunaan Akademis 11

1.5. Lokasi dan Waktu Penelitian 12

1.5.1 Lokasi Penelitian … 12

1.5.2 Waktu Penelitian 12

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS 13

2.1 Kajian Pustaka 13

2.1.1 Definisi Promosi …..... 13

2.1.2 Bauran Promosi 13

2.1.3 Manfaat Promosi 15

2.1.4 Iklan 15

2.1.4.1 Definisi Perklanan 15

2.1.4.2 Tujuan Iklan ....…… 16

2.1.4.3 Jenis-Jenis Periklanan …….... 17

2.1.4.4 Media Periklanan …….... 18

2.1.4.5 Indikator Iklan 19

2.1.5 Promosi Penjualan …….... 20

2.1.5.1 Definisi Promosi Penjualan …….... 20

2.1.5.2 Tujuan Promosi Penjualan 21

2.1.5.3 Ciri-ciri Promosi Penjualan 22

2.1.5.4 Media Promosi Penjualan…… 22

2.1.5.5 Indikator Promosi Penjualan…….... 23

2.1.6 Proses Keputusan Pembelian ……..... 24

2.1.6.1 Indikator Keputusan Pembelian 26

2.1.6.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian 28

2.1.7 Hasil Penelitian Terdahulu 29

2.2 Kerangka Pemikiran 32

2.2.1 Keterkaitan Periklanan dengan Keputusan Pembelian 33

2.2.2 Keterkaitan Promosi Penjualan dengan Keputusan Pembelian …..... 34

2.2.3 Keterkaitan Periklanan Promosi Penjualan dengan Keputusan Pembelian 34

2.3 Hipotesis 36

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN 38

3.1 Objek Penelitian 38

3.2 Metode Penelitian 39

3.2.1 Desain Penelitian 41

3.2.2 Operasional Variabel 42

3.2.2.1 Sumber Data (Data Primer dan Sekunder) 47

3.2.2.2 Teknik Penentuan Data 47

3.2.3 Teknik Pengumpulan Data 49

3.2.3.1 Uji Validitas 51

3.2.3.1.1 Hasil Uji Validitas 52

3.2.3.2 Uji Reliabilitas 54

3.2.3.2.1 Hasil Uji Reliabilitas 54

3.2.4 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis 56

3.2.4.1 Rancangan Analisis 56

3.2.4.1.1 Analisis Deskriptif (Kualitatif) 56

3.2.4.1.2 Analisis Verifikatif (Kuantitatif) 58

3.2.4.2 Pengujian Hipotesis 64

3.2.4.2.1 Pengujian Secara Parsial 64

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... 67

4.1 Gambaran Umum Perusahaan 67

4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan 67

4.1.1.1 Profil,Visi dan Misi Perusahaan 67

4.1.1.1.1 Profil Perusahaan 67

4.1.1.1.2 Visi Perusahaan 68

4.1.1.1.3 Misi Perusahaan 68

4.1.2 Struktur Organisasi perusahaan 68

4.1.3 Deskripsi Jabatan 69

4.2 Karakteristik Responden 71

4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin 72

4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 72

4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 73

4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan 74

4.2.5 Karakteristik responden berdasarkan penghasilan 75

4.3 Analisis Deskriptif 76

4.3.1 Gambaran Tanggapan Responden Mengenai Periklanan ……. 77

4.3.2 Gambaran Tanggapan Responden Mengenai Promosi Penjualan …..... 86

4.3.3 Gambaran Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian …..... 99

4.4 Analisis Verifikatif 105

4.4.1 Persamaan Regresi Linier Berganda 105

4.4.2 Uji Asumsi Klasik 105

1) Uji Normalitas 107

2) Uji Multikolineritas 108

3) Uji Heteroskedastisitas 109

4.4.3 Analisis Korelasi 110

4.4.4 Analisis Koefisien Determinasi 113

4.4.5 Pengujian Hipotesis 114

1) Pengujian Secara Parsial (Uji-T) 114

2) Pengujian Secara Simultan (Uji-F) 118

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 121

5.1 Kesimpulan 121

5.2 Saran 123

5.3 Lampiran .....