

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR	vi
LAMPIRAN	vii
I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Hasil Penelitian	11
II. TINJAUAN PUSTAKA	
A. Tinjauan Mengenai Pemasaran	12
B. Bauran Pemasaran	13
C. Tinjauan Mengenai Promosi	18
D. Tujuan Promosi	21
E. Bauran Promosi	22
F. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	50
G. Kerangka Pemikiran	57
III. METODE PENELITIAN	
A. Tipe Penelitian	60
B. Sumber Data	60
C. Populasi dan Sampel	61

1. Populasi	61
2. Sampel	62
D. Teknik Pengumpulan Data	63
E. Subjek dan Objek Penelitian	64
1. Subjek Penelitian	64
2. Objek Penelitian	64
F. Definisi Konseptual	65
G. Definisi Operasional	66
H. Teknik Pengujian Instrumen	68
1. Pengujian Validitas	68
2. Pengujian Reliabilitas	70
I. Teknik Pengolahan Data	71
J. Teknik Analisis Data	72
1. Analisis Statistik Deskriptif	72
2. Analisis Statistik Inferensi	72
a. Uji Interdependensi Variabel	75
b. Ekstraksi Faktor	76
c. Faktor Sebelum Rotasi	76
d. Rotasi Faktor	77

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	78
1. Sejarah FISIP Unila	78
2. Filosofi FISIP Unila	80
3. Visi dan Misi	81
a. Visi	81
b. Misi	81
4. Tujuan FISIP Unila	81
5. Organisasi FISIP Unila	82
6. Organisasi Kemahasiswaan FISIP Unila	83
7. Tenaga Kependidikan/Akademik	83
8. Mahasiswa	84
B. Karakteristik Responden	84
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	84
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan	85
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan	86
C. Distribusi Jawaban Responden	87
1. Periklanan (<i>Advertising</i>)	87
a. Durasi Penayangan Iklan Yamaha di Televisi	87
b. Frekuensi Penayangan Iklan Yamaha di Televisi	88
c. Penayangan Iklan Yamaha di Radio	89
d. Penayangan Iklan Yamaha di Surat Kabar	89
e. Pemasangan Iklan Yamaha di <i>Billboard</i>	90
2. Penjualan Pribadi (<i>Personal Selling</i>)	91

a.	Penampilan SPG yang Menarik	91
b.	Pengetahuan SPG Terhadap Produk	92
c.	Sikap Ramah SPG	93
d.	Komunikasi Aktif SPG	94
3.	Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>)	95
a.	Pengembalian Uang	95
b.	Hadiah yang Menarik	96
c.	Kupon Undian	96
d.	Kontes Penjualan	97
4.	Hubungan Masyarakat (<i>Public Relation</i>)	97
a.	Pemberitaan Produk yang Aktual	98
b.	Penyelenggaraan Acara Istimewa	98
D.	Analisis Statistik Inferensi	99
1.	Uji Interdependensi Variabel	99
2.	Ekstraksi Faktor	102
3.	Faktor Sebelum Rotasi	103
4.	Rotasi Faktor	106
E.	Pembahasan Hasil Analisis Faktor	107
1.	Periklanan (<i>Advertising</i>)	107
2.	Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>)	108
3.	Hubungan Masyarakat (<i>Public Relation</i>)	110
4.	Penjualan Pribadi (<i>Personal Selling</i>)	111

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A.	Kesimpulan	114
B.	Saran	115