

DAFTAR ISI

	Halaman
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
1.5 Kerangka Pemikiran	15
1.6 Hipotesis	17
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	 18
2.1 Pemasaran	18
2.2 Manajemen Pemasaran.....	19
2.3 Bauran Pemasaran	20
2.4 Promosi	22
2.5 Bauran Promosi	23
2.6 Promosi Penjualan	23
2.7 Keputusan Pembelian	29
2.8 Hubungan Antara Promosi Penjualan Dengan Keputusan Pembelian Konsumen	 32

BAB III METODE PENELITIAN.....	36
3.1 Lokasi Penelitian	36
3.2 Jenis dan Sumber Data	36
3.2.1 Data Primer	36
3.2.2 Data Sekunder	37
3.3 Populasi dan Sampel	37
3.3.1 Populasi	37
3.3.2 Sampel.....	37
3.4 Metode Pengumpulan Data	39
3.4.1 Penelitian Lapangan	39
3.4.2 Penelitian Kepustakaan	39
3.5 Variabel Penelitian	40
3.5.1 Variabel Bebas	40
3.5.2 Variabel Terikat	40
3.6 Definisi Operasional.....	40
3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas	42
3.7.1 Uji Validitas	42
3.7.2 Uji Reliabilitas	42
3.8 Teknik Analisis Data	43
3.8.1 Analisis Kuantitatif	43
3.8.2 Analisis Kualitatif	43
3.8.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	44
3.9 Uji Hipotesis.....	45

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner	47
4.1.1 Hasil Uji Validitas.....	47
4.1.2 Hasil Uji Reliabilitas	48
4.2 Karakteristik Responden	50
4.2.1 Hasil Analisis Variabel Demografi	50
4.3 Analisis Kualitatif	53
4.3.1 Tanggapan Responden Tentang Promosi Penjualan (X).....	54
4.3.2 Tanggapan Responden Tentang Keputusan Pembelian (Y)....	60
4.4 Analisis Kuantitatif	62
4.4.1 Uji Regresi Linier Berganda	63
4.4.2 Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	64
4.4.3 Uji Hipotesis (Uji F)	65
4.5 Pembahasan.....	66
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	 69
5.1 Kesimpulan.....	69
5.2 Saran.....	70

Daftar Pustaka

Lampiran