

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	
HALAMAN PERSETUJUAN	
HALAMAN PENGESAHAN	
RIWAYAT HIDUP	
MOTTO	
PERSEMBAHAN	
KATA PENGANTAR	
DAFTAR TABEL.....	iv
DAFTAR GAMBAR	vii
I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	11
D. Kegunaan Penelitian.....	12
II. LANDASAN TEORI.....	13
A. Konsep Pemasaran	13
B. Konsep promosi	15
C. Konsep Bauran Promosi (<i>Promotion Mix</i>).....	18
1. Periklanan (<i>Advertising</i>).....	18
2. Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>)	20
3. Penjualan Perorangan (<i>Personal Selling</i>).....	22
4. Publisitas (<i>Publicity</i>)	23
D. Konsep Minat Beli	25
1. Pengertian Minat Beli	25
2. Tahap-Tahap Pembentukan Minat Beli	26
E. Penelitian Terdahulu	27
F. Kerangka Pikir	27
G. Hipotesis.....	30

III.	METODE PENELITIAN.....	31
	A. Tipe Penelitian	31
	B. Sumber Data.....	31
	C. Teknik Pengumpulan Data.....	32
	D. Subjek dan Objek Penelitian	33
	1. Subjek Penelitian.....	33
	2. Objek Penelitian	33
	E. Definisi Konseptual Variabel.....	33
	F. Definisi Operasional Variabel.....	35
	G. Populasi dan Sampel	36
	1. Populasi.....	36
	2. Sampel.....	37
	H. Teknik Pengambilan Sampel.....	38
	I. Teknik Pengujian Instrumen	39
	1. Uji Validitas	39
	2. Uji Reliabilitas	40
	J. Teknik Analisis Data.....	42
	1. Uji Asumsi Klasik	42
	a. Uji Normalitas	42
	b. Uji Autokorelasi	44
	c. Uji Heteroskedastisitas.....	45
	d. Uji Multikolinearitas	46
	2. Uji Hipotesis	47
	a. Uji parsial	47
	b. Uji Keseluruhan	48
IV.	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
	A. Gambaran Umum FISIP Unila.....	49
	1. Sejarah.....	49
	2. Filosofi.....	50
	3. Visi dan Misi	50
	a. Visi	50
	b. Misi	50
	4. Tujuan	51
	5. Organisasi.....	52
	6. Kemahasiswaan.....	52
	7. Tenaga Kependidikan.....	53
	8. Mahasiswa.....	53
	B. Karakteristik Responden	54
	1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	54
	2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan	55
	3. Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan.....	55
	C. Distribusi Jawaban Responden	56
	1. Periklanan.....	56
	a. Iklan Clas Mild di televisi	56
	b. Iklan Clas Mild di radio	57

c. Iklan Clas Mild di Surat Kabar	58
d. Iklan Clas Mild di <i>Billboard</i>	59
2. Promosi Penjualan.....	61
a. Bonus yang menarik.....	61
b. Paket harga murah.....	62
c. Kupon undian	62
3. Penjualan Perorangan.....	64
a. Penampilan SPG yang menarik.....	64
b. Pengetahuan SPG tentang produk.....	65
c. Sikap ramah SPG	66
d. Komunikasi aktif SPG	67
4. Publisitas	68
a. Pemberitaan produk yang aktual.....	69
b. Penyelenggaraan <i>special event</i>	70
c. Keterlibatan dalam sponsor.....	70
5. Minat Beli Konsumen	72
a. Sering memperhatikan iklan produk	73
b. Pengetahuan perbedaan produk dengan pesaing.....	73
c. Menyukai keunggulan produk.....	74
d. Meyakini kualitas produk.....	75
e. Keinginan mencoba membeli produk	77
D. Analisis Regresi Linier Berganda	79
1. Uji Parsial.....	79
a. Periklanan.....	80
b. Promosi Penjualan.....	81
c. Penjualan Perorangan.....	82
d. Publisitas	83
2. Uji Keseluruhan	85
V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	87
A. Kesimpulan	87
B. Saran.....	89

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN