

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	
DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR	v
DAFTAR LAMPIRAN	vi
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II. LANDASAN TEORI	
2.1 Arti Pentingnya Pemasaran	12
2.2 Pengertian Promosi	15
2.3 Variabel – Variabel Penelitian	16
2.4 Hubungan Promosi dan Keputusan Pembelian	25
2.5 Kajian Peneliti Terdahulu	26
2.6 Kerangka Penelitian	29
2.7 Hipotesis	29

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Lokasi Penelitian	30
3.2	Jenis dan Pendekatan Penelitian	30
3.3	Sumber Data	31
3.4	Penentuan Populasi dan Sampel	31
3.5	Teknik Pengumpulan Data	33
3.6	Variabel Penelitian dan Definisi Penelitian	33
3.7	Model Analisis Data	35

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Hasil Penelitian	40
4.2	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	42
4.3	Karakteristik Responden	46
4.4	Pembahasan	61

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan	64
5.2	Saran	65

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN**