

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	
DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	ii
DAFTAR GAMBAR	iii
DAFTAR LAMPIRAN	iv
I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Kegunaan Penelitian	8
II. KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Manajemen Pemasaran	9
2.1.1 Teori tentang Pemasaran dan Manajemen Pemasaran.....	9
2.1.2 Definisi Manajemen Pemasaran.....	10
2.1.3 Bauran Pemasaran	11
2.1.4 Bauran Promosi	13
2.2 Pemasaran Langsung	15
2.2.1 Definisi Pemasaran Langsung dan <i>Multi Level Marketing</i>	15
2.2.2 Model <i>Multi Level Marketing</i> dan Mata rantai	15
2.2.3 Manfaat Bergabung di PT.K-LINK.....	17
2.2.4 Bentuk-bentuk komunikasi Pemasaran Langsung.....	18
2.3 Keputusan Pembelian.....	20
2.3.1 Perilaku Konsumen.....	20
2.3.2 Definisi Keputusan Pembelian.....	21
2.3.3 Pihak-Pihak yang terlibat dalam Keputusan Pembelian.....	21
2.3.4 Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	22
2.3.5 Proses Keputusan Pembelian	28
2.3.6 Tipe Pengambilan Keputusan	31
2.4 Pengaruh Media Komunikasi Pemasaran Langsung Multi Tingkat.....	34

III. METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian	39
3.2 Populasi dan Sampel	40
3.3 Data dan Sumber Data	41
3.3.1 Data Primer.....	41
3.3.2 Data Sekunder	41
3.4 Teknik Pengumpulan Data	42
3.4.1 Kuesioner.....	42
3.4.2 Dokumentasi.....	42
3.4.3 Wawancara	42
3.5 Skala Pengukuran.....	42
3.6 Operasional Variabel.....	43
3.7 Definisi Operasional Variabel	44
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas	48
3.8.1 Uji Validitas	48
3.8.2 Uji Reliabilitas	49
3.9 Metode Analisis Data.....	50
3.9.1 Analisis Kualitatif	50
3.9.2 Analisis Kuantitatif	50
3.10 Uji Hipotesis	51
3.10.1 Uji Signifikan Parsial (Uji t).....	51

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian	53
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	53
4.1.2 Visi dan Misi PT.K-LINK	54
4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	55
4.2.1 Uji Validitas.....	55
4.2.1.1 Hasil Uji Validitas Tatap Muka.....	55
4.2.1.2 Hasil Uji Validitas Katalog	56
4.2.1.3 Hasil Uji Validitas <i>Handphone</i>	56
4.2.1.4 Hasil Uji Validitas Kios	57
4.2.1.5 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	57
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	58
4.3 Analisis Kualitatif.....	59
4.3.1 Hasil Analisis Karakteristik Responden	59
4.3.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..	60
4.3.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	60
4.3.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	61
4.3.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	61
4.3.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	62
4.3.2 Hasil Pernyataan Kuesioner Responden	62
4.3.2.1 Tanggapan Responden Pernyataan 1.....	63
4.3.2.2 Tanggapan Responden Pernyataan 2.....	64
4.3.2.3 Tanggapan Responden Pernyataan 3.....	65
4.3.2.4 Tanggapan Responden Pernyataan 4.....	67
4.3.2.5 Tanggapan Responden Pernyataan 5.....	68

4.3.2.6	Tanggapan Responden Pernyataan 6.....	69
4.3.2.7	Tanggapan Responden Pernyataan 7.....	70
4.3.2.8	Tanggapan Responden Pernyataan 8.....	71
4.3.2.9	Tanggapan Responden Pernyataan 9.....	72
4.3.2.10	Tanggapan Responden Pernyataan 10	73
4.3.2.11	Tanggapan Responden Pernyataan 11	74
4.3.2.12	Tanggapan Responden Pernyataan 12	76
4.3.2.13	Tanggapan Responden Pernyataan 13	77
4.3.2.14	Tanggapan Responden Pernyataan 14	78
4.3.2.15	Tanggapan Responden Pernyataan 15	79
4.3.2.16	Tanggapan Responden Pernyataan 16	80
4.4	Analisis Kuantitatif	81
4.4.1	Regresi Linear Berganda	82
4.4.2	Koefisien Determinasi	84
4.5	Uji secara parsial (Uji t)	85
V. KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan	87
5.2	Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA		90
LAMPIRAN		