DAFTAR ISI

Halaman

DAFTAR ISI ……... i

DAFTAR TABEL ……... iv

DAFTAR GAMBAR …….. vi

DAFTAR LAMPIRAN ……. vii

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian ……... 1

1.2 Rumusan Masalah …… 12

1.3 Tujuan Penelitian …… 13

1.4 Kegunaan Penelitian …… 13

BAB II. KAJIAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Pemasaran ……. 15

2.1.1 Pengertian Bauran Pemasaran ……. 16

2.2 Pengertian Promosi ……. 16

2.2.1 Pengertian Bauran Promosi ……..... 17

2.2.2 Periklanan ……..... 18

2.2.2.1 Keefektifan Komunikasi Periklanan ……... 19

2.2.3 Promosi Penjualan ……..... 22

2.2.3.1 Keefektifan Komunikasi Promosi Penjualan …….. 23

2.3 Perilaku Konsumen …….. 23

2.4 Niat Beli Konsumen …….. 24

2.5 Faktor-Faktor Yang Mampengaruhi Niat Beli Konsumen ……. 26

2.6 Penelitian Terdahulu …….. 27

2.7 Hipotesis ……. 28

2.8 Kerangka Pemikiran …… 28

BAB III. METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian …… 29

3.2 Jenis Dan Sumber Data …….. 29

3.3 Populasi Dan Sampel ……. 30

3.3.1 Populasi …… 30

3.3.2 Sampel …….. 30

3.4 Teknik Pengumpulan Data …… 32

3.5 Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional …….. 33

3.6 Pengukuran Instrumen Penelitian …… 37

3.7 Uji Validitas Dan Reliabilitas …….. 38

3.7.1 Uji Validitas …… 38

3.7.2 Uji Reliabilitas ……. 38

3.8 Teknik Analisis data ……. 39

3.9 Uji Hipotesis …… 40

3.9.1 Pengujian Hipotesis Secara Parsial …… 40

3.9.2 Uji Asumsi Klasik Atas Penggunaan Regresi Linier Berganda ….. 40

3.9.2.1 Uji Normalitas …….……..… 40

3.9.2.2 Uji Asumsi Klasik Multikolinieritas …… 41

3.9.2.3 Uji Asumsi Klasik Heteroskedastisitas …… 41

3.9.2.4 Uji Asumsi Klasik Autokorelasi ……..… 41

BAB IV.HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian …… 43

4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan …… 43

4.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas …….. 44

4.2.1 Uji Validitas …… 45

4.2.2 Uji Reliabilitas ……. 46

4.3 Profil Responden …… 48

4.3.1 Hasil Analisis Variabel Demografi …… 48

4.4 Hasil Tanggapan Responden …… 52

4.4.1 Tanggapan Tentang Keefektifan Periklanan …… 52

4.4.1.1 Tanggapan Tentang Perhatian ……. 52

4.4.1.2 Tanggapan Tentang Ketertarikan …… 55

4.4.1.3 Tanggapan Tentang Keinginan …… 57

4.4.2 Tanggapan Tentang Keefektifan Promosi Penjualan …….. 60

4.4.2.1 Tanggapan Tentang Kesadaran …… 60

4.4.2.2 Tanggapan Tentang Ketertarikan …… 61

4.4.2.3 Tanggapan Tentang Keinginan …… 62

4.4.3 Tanggapan Tentang Niat Beli Kunjungan Ulang Konsumen …… 63

4.5 Hasil Uji Hipotesis …… 64

4.5.1 Uji Asumsi Klasik ……..... 64

4.5.1.1 Uji Normalitas …….. 64

4.5.1.2 Uji Asumsi Klasik Multikolinieritas …… 65

4.5.1.3 Uji Asumsi Klasik Heteroskedastisitas …… 66

4.5.1.4 Uji Asumsi Klasik Autokorelasi …….. 67

4.5.2 Uji Regresi Linier Berganda …….. 68

4.5.2.1 Analisis Determinasi (R^2) ……. 68

4.5.2.2 Uji Koefisien Regresi Secara Bersama-sama (Uji F) …… 69

4.5.2.3 Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t) …….. 70

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan …… 76

5.2 Saran …… 78

DAFTAR PUSTAKA…… 80

LAMPIRAN