

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
UCAPAN TERIMAKASIH.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Pembatasan Masalah	6
1.4 Rumusan Masalah	6
1.5 Tujuan Penelitian	7
1.6 Manfaat Penelitian	7
1.6.1 Manfaat Akademis	7
1.6.2 Manfaat Praktis	7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA KONSEP

2.1 Tinjauan Pustaka	8
2.1.1 Komunikasi Pemasaran	8
2.1.2 Sales Promotion	14

2.1.3 Keputusan Pembelian	17
2.2 Penelitian Terdahulu	21
2.4 Kerangka Konsep	23

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1.Tempat dan Waktu Penelitian	25
3.2.Pendekatan Penelitian	25
3.3. Metode Penelitian.....	25
3.4.Variabel dan Operasional Variabel	26
3.5. Populasi dan Sampel (Teknik Sampling).....	27
3.5.1 Populasi.....	27
3.5.2 Sampel.....	28
3.6. Pengukuran dan Pengamatan Variabel Penelitian.....	30
3.7. Teknik Pengumpulan Data	30
3.7.1 Data Primer	30
3.7.2 Data Sekunder	31
3.8. Teknik Analisis Data.....	31
3.8.1 Analisis Regresi Linear Sederhana.....	31
3.9. Uji Validitas dan Reliabilitas	33
3.9.1 Uji Validitas	33
3.9.2 Uji Reliabilitas	34

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	37
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	40
4.3 Rekapitulasi Hasil Variabel X.....	64
4.3.1 Rekapitulasi Hasil Variabel Y.....	66
4.4 Teknik Analisis Data.....	67
4.4.1 Uji Analisis Regresi Sederhana.....	67
4.4.2 Uji Koefisien Determinasi.....	69
4.4.3 Uji Hipotesis	70

4.5 Pembahasan Hasil Penelitian	71
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	75
5.2 Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN.....	81

