

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>III</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>III</b>
<b>MOTTO.....</b>	<b>IV</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>V</b>
<b>abstrak.....</b>	<b>VI</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>VII</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>VIII</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH .....</b>	<b>IX</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>XI</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>XIV</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>XVI</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	10
1.3 Batasan Masalah .....	11
1.4 Rumusan Masalah .....	11
1.5 Tujuan Penelitian.....	11
1.6 Manfaat Penelitian .....	11
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>13</b>
2.1 Tinjauan Pustaka .....	13
2.1.1 Komunikasi Pemasaran .....	13
2.1.1.1 Pengertian Komunikasi Pemasaran .....	13
2.1.1.2 Model Komunikasi Pemasaran.....	15
2.1.2 <i>Sales Promotion</i> (Promosi Penjualan).....	18
2.1.2.1 Pengertian <i>Sales Promotion</i> .....	18
2.1.3 Keputusan Pembelian .....	22
2.1.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	22
2.1.3.2 Peran Konsumen Dalam Keputusan Pembelian.....	24
2.1.3.3 Dimensi Proses Keputusan Pembelian .....	25

2.2	Penelitian Terdahulu.....	28
2.3	Hipotesis.....	31
2.4	Kerangka Konsep.....	31
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>		<b>33</b>
3.1	Tempat dan Waktu Penelitian.....	33
3.2	Pendekatan Penelitian.....	33
3.3	Metode Penelitian.....	33
3.4	Variabel dan Definisi Operasional.....	34
3.4.1	Definisi Variabel.....	34
3.4.2	Operasional Variabel.....	34
3.5	Populasi dan Sampel.....	36
3.5.1	Populasi.....	36
3.5.2	Sampel.....	37
3.6	Pengukuran Dan Pengamatan Variabel Penelitian.....	39
3.7	Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.7.1	Data Primer.....	40
3.7.2	Data Sekunder.....	41
3.8	Teknik Analisis Data.....	41
3.8.1	Uji Regresi Linear Sederhana.....	42
3.8.2	Uji Koefisien Kolerasi.....	42
3.9	Uji Validitas Dan Reliabilitas.....	43
3.9.1	Uji Validitas.....	43
3.9.1.1	Hasil Uji Validitas Variabel X ( <i>keputusan pembelian</i> ).....	44
3.9.1.2	Hasil Uji Validitas Variabel Y ( <i>Keputusan Pembelian</i> ).....	45
3.9.2	Uji Reliabilitas.....	46
3.9.2.1	Hasil Reliabilitas Variabel X ( <i>Sales Promotion</i> ).....	46
3.9.2.2	Hasil Reliabilitas Variabel Y ( <i>Keputusan Pembelian</i> ).....	47
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>48</b>
4.1	Gambaran Umum dan Penelitian.....	48
4.1.1	Gambaran Umum ES Teh Indonesia.....	48
4.1.2	Akun Instagram @esteh.indonesia Sebagai Media Promosi.....	50

4.1.3	<i>Sales Promotion</i> Es Teh Indonesia pada Instagram @esteh.indonesia	51
4.2	Hasil Penelitian	52
4.2.1	Identitas Responden	52
4.2.2	Analisis Jawaban Responden Variabel X ( <i>Sales Promotion</i> )	54
4.2.3	Analisis Jawaban Responden Variabel Y ( <i>Keputusan Pembelian</i> )	59
4.2.4	Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden	69
4.2.5	Hasil Uji Regresi Linier Sederhana	71
4.2.6	Uji Hipotesis	74
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian	75
<b>BAB V PENUTUP</b>		<b>79</b>
5.1	Kesimpulan	79
5.2	Saran	80
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		<b>82</b>
<b>LAMPIRAN</b>		<b>84</b>