DAFTAR ISI

ABSTRAK i

ABSTRACT ii

KATA PENGANTAR iii

UCAPAN TERIMA KASIH iv

DAFTAR ISI viii

DAFTAR TABEL xii

DAFTAR GAMBAR xv

DAFTAR LAMPIRAN xvi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian 1

1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah 5

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian 6

1.4 Kegunaan Hasil Penelitian 6

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Pustaka 8

2.1.1 Pengertian Pemasaran 8

2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran 9

2.1.3 Bauran Pemasaran 10

2.1.4 Pengertian Promosi 12

2.1.5 Tujuan Promosi 12

2.1.6 Bauran Promosi 14

2.1.7 Promosi Penjualan 15
2.1.8 Tujuan Promosi Penjualan 16
2.1.9 Karateristik Promosi Penjualan 17
2.1.10 Kekuatan dan Kelemahan Promosi Penjualan 16
2.1.11 Perencanaan Promosi Penjualan *(Sales Promotion)* 18
2.1.12 Alat-alat Promosi Penjualan 19
2.1.13 Indikator Promosi Penjualan 21
2.2 Perilaku Konsumen 21
2.2.1 Pengertian Perilaku Konsumen 21
2.2.2 Pengertian Keputusan Pembelian 22
2.2.3 Faktor-faktor yang mempengaruh Keputusan Pembelian 23
2.2.4 Peran Pembelian 25
2.2.5 Jenis-jenis Perilaku Pembelian 26
2.3 Jurnal Internasional, Jurnal Nasional dan Penelitian sebelumnya 28
2.3.1 Jurnal Internasional 28
2.3.2 Jurnal Nasional 32
2.3.3 Penelitian Sebelumnya 35
2.4 Kerangka Pemikiran 40
2.5 Hipotesis 41

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian 42
3.1.1 Gambaran Umum PT.Mitra Ghanim 42

3.2. Metode Penelitian 42
3.2.1 Metode Penelitian yang digunakan 42
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data..... 43
3.2.3 Sumber Data..... 44
3.2.4 Populasi dan Sample..... 45
3.2.4.1 Populasi 45
3.2.4.2 Sample..... 45
3.2.5Operasional Variabel 46
3.3 Pengujian Instrumen 49
3.3.1 Pengujian Validitas & Reliabilitas 49
3.4.1.1 Pengujian Validitas 49
3.4.1.2 Pengujian Reliabilitas..... 49
3.3.2 Analisis data & Pengujian Hipotesis 51
3.3.3 Koefisien Korelasi *Rank Spearman* 52
3.3.4 Koefisien Determinasi 42
3.3.5 Pengujian Hipotesis 44

BAB IV PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian..... 5
4.1.1 Karateristik Umum Responden..... 5
4.1.2 Profil Responden..... 5
4.1.3 Analisis Uji Validitas 6
4.1.4 Uji Reliabilitas 67
4.2 Statistika Deskriptif 67

4.3 Analisis rekapitulasi tanggapan responden 69

4.3.1 Analisis rekapitulasi hasil pernyataan tanggapan responden terhadap Promosi penjualan..... 70

4.3.2 Analisis Hasil Rekapitulasi Pernyataan Tanggapan Responden Terhadap proses keputusan pembelian 72

4.4 Analisis Korelasi Spearman 74

4.5 Koefisien Determinasi..... 74

4.6 Pengujian Hipotesis 75

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan..... 80

5.2 Saran..... 81

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN