

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvi</b>
 <b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	8
1.3 Rumusan Masalah .....	9
1.4 Tujuan Penelitian .....	10
1.5 Kegunaan Penelitian .....	10
 <b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b>	
2.1 Kajian Pustaka .....	12
2.1.1 Promosi Penjualan .....	12
2.1.1.1 Konsep Promosi Penjualan dalam Bauran Pemasaran .	12
2.1.1.2 Definisi Promosi Penjualan .....	20
2.1.1.3 Dimensi Promosi Penjualan .....	22
2.1.2. Keputusan Pembelian.....	27
2.1.2.1 Konsep Perilaku Pembelian.....	27
2.1.2.2 Definisi Keputusan Pembelian .....	29
2.1.2.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian	
Konsumen.....	31
2.1.2.4 Tipe-tipe Perilaku Keputusan Pembelian .....	39
2.1.2.5 Proses Keputusan Pembelian.....	41
2.1.2.6 Dimensi Keputusan Pembelian.....	46

2.1.3 Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian .....	48
2.1.4 Orisinalitas Penelitian .....	50
2.2 Kerangka Pemikiran .....	51
2.3 Hipotesis .....	56
<b>BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Objek Penelitian.....	58
3.2 Metode Penelitian .....	59
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan .....	59
3.2.2 Operasional Variabel.....	60
3.2.3 Jenis dan Sumber Data .....	61
3.2.4 Populasi, Sampel, dan Teknik <i>Sampling</i> .....	63
3.2.4.1 Populasi.....	63
3.2.4.2 Sampel .....	64
3.2.4.3 Teknik Penarikan <i>Sampling</i> .....	65
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data .....	66
3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas .....	68
3.2.6.1 Pengujian Validitas .....	68
3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas .....	72
3.2.7 Rancangan Analisis Data dan Pengujian Hipotesis .....	74
3.2.7.1 Rancangan Analisis Deskriptif .....	75
3.2.7.2 Rancangan Analisis Verifikatif.....	76
3.2.7.3 Pengujian Hipotesis .....	80
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Profil Identitas dan Perusahaan.....	82
4.1.1 Profil.....	82
4.1.2 Identitas Perusahaan.....	82
4.1.3 Produk .....	83
4.2 Karakteristik Koresponden .....	83
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia.....	83

4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Pekerjaan .....	84
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan dan Biaya Pengeluaran Per Hari .....	85
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Mengenal Purezento .....	86
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Harga Produk yang di Beli .....	87
4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan dan Jumlah Produk yang di Beli.....	88
4.3 Tanggapan Responden dan Gambaran Terhadap Kinerja Promosi Penjualan .....	89
4.3.1 Tanggapan Responden Terhadap Kinerja Promosi.....	89
4.3.1.1 Tanggapan Responden Terhadap Penurunan Harga.....	89
4.3.1.2 Tanggapan Responden Terhadap Pemberian Hadiah.....	92
4.3.1.2 Tanggapan Responden Terhadap Pemberian Ekstra Produk.....	93
4.3.2 Gambaran Terhadap Kinerja Promosi Penjualan .....	95
4.4 Tanggapan Responden dan Gambaran Terhadap Kinerja Keputusan Pembelian .....	97
4.4.1 Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian ....	97
4.4.1.1 Tanggapan Responden Terhadap <i>Brand Choice</i> .....	98
4.4.1.2 Tanggapan Responden Terhadap <i>Dealer</i> .....	99
4.4.1.3 Tanggapan Responden Terhadap <i>Quantity</i> .....	100
4.4.1.4 Tanggapan Responden Terhadap <i>Timing</i> .....	101
4.4.1.5 Tanggapan Responden Terhadap <i>Payment Method</i> .....	103
4.4.2 Gambaran Terhadap Keputusan Pembelian .....	104
4.5 Pengujian Hipotesis Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap	

Keputusan Pembelian .....	107
4.5.1 Analisis Regresi Linier Sederhana .....	109
4.5.2 Koefisien Determinasi .....	111
4.5.3 Uji Heterokedastisitas .....	112
4.5.4 Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian .....	113
4.6 Implikasi Hasil Penelitian .....	115
4.6.1 Implikasi Hasil Temuan Penelitian .....	115
4.6.1.1 Temuan Penelitian Bersifat Empirik Deskriptif .....	115
4.6.2 Temuan Penelitian Bersifat Verifikatif .....	116
4.6.3 Temuan Bersifat Teoritik .....	116
4.6.4 Implikasi Penelitian Terhadap Pengembangan Pendidikan Manajemen Bisnis .....	117
<b>BAB V KESIMPULAN</b>	
5.1 Kesimpulan .....	121
5.2 Rekomendasi .....	122
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>124</b>
<b>LAMPIRAN</b>	