

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH .....	iv
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv

### BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	12
1.3 Rumusan Masalah Penelitian.....	14
1.4 Tujuan Penelitian .....	14
1.5 Kegunaan Penelitian .....	15

### BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka .....	16
2.1.1 Konsep Direct Marketing .....	16
2.1.1.1 Konsep Direct Marketing dalam Bauran Promosi.....	16
2.1.1.2 Pengertian Direct Marketing.....	18
2.1.1.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Direct Marketing .....	22
2.1.1.4 Dimensi Direct Marketing .....	28
2.1.2 Konsep Keputusan Pembelian .....	32
2.1.2.1 Pengertian Keputusan Pembelian .....	32
2.1.2.2 Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	35
2.1.2.3 Teori Keputusan Pembelian.....	40
2.1.2.4 Dimensi Keputusan Pembelian .....	40
2.1.3 Pengaruh Direct Marketing Terhadap Keputusan Pembelian .....	44
2.1.4 Orisinalitas Penelitian.....	46
2.2 Kerangka Pemikiran .....	51
2.3 Hipotesis .....	55

### BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian.....	56
3.2 Metode Penelitian .....	57

Sariyya Asha, 2016

*PENGARUH DIRECT MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN MASKAPAI PENERBANGAN*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

3.2.1 Jenis Metode dan Penelitian yang Digunakan .....	57
3.2.2 Operasionalisasi Variabel .....	59
3.2.3 Jenis dan Sumber Data .....	63
3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel .....	64
3.2.4.1 Populasi.....	64
3.2.4.2 Sampel .....	65
3.2.4.3 Teknik Penarikan Sampling.....	67
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data .....	68
3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas .....	70
3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas .....	70
3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	75
3.2.7 Teknik Analisis Data .....	77
3.2.7.1 Analisis Data Deskriptif .....	78
3.2.7.2 Analisis Data Verifikatif .....	79
3.2.7.3 Pengujian Hipotesis .....	86

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Identitas Perusahaan, Profil, dan Karakteristik Responden .....	88
4.1.1 Identitas Perusahaan .....	88
4.1.1.1 Profil Perusahaan .....	88
4.1.1.2 Armada yang Ditawarkan Citilink Airlines .....	89
4.1.2 Profil Responden Citilink Airlines Berdasarkan Karakteristik .....	90
4.1.2.1 Profil Penumpang Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia .....	91
4.1.2.2 Profil Penumpang Citilink Airlines Berdasarkan Jenis Pekerjaan dan Pendapatan.....	91
4.1.2.3 Profil Penumpang Berdasarkan Pembelian Tiket Citilink Airlines .....	93
4.1.2.4 Profil Penumpang Berdasarkan Lama Menggunakan Maskapai Citilink Airlines .....	93
4.2 Tanggapan Direct Marketing pada Penumpang Citilink Airlines .....	95
4.2.1 Tanggapan Responden Terhadap <i>Face-to-Face Selling</i> .....	95
4.2.2 Tanggapan Responden Terhadap <i>Online Marketing</i> .....	97
4.2.3 Tanggapan Responden Terhadap <i>Kiosk Marketing</i> .....	98
4.2.4 Tanggapan Responden Terhadap <i>Catalog Marketing</i> .....	99
4.2.5 Rekapitulasi Variabel <i>Direct Marketing</i> .....	101
4.3 Tanggapan Keputusan Menggunakan pada Penumpang Citilink Airlines di Kota Bandung.....	103
4.3.1 Tanggapan Responden Terhadap Pilihan Produk .....	103
4.3.2 Tanggapan Responden Terhadap Merek .....	104

4.3.3	Tanggapan Responden Terhadap Pilihan Penyalur .....	105
4.3.4	Tanggapan Responden Terhadap Jumlah Pembelian .....	107
4.3.5	Tanggapan Responden Terhadap Waktu Pembelian .....	108
4.3.6	Tanggapan Responden Terhadap Metode Pembayaran.....	109
4.3.7	Rekapitulasi Variabel Keputusan Menggunakan.....	110
4.4	Pengujian Hipotesis Pengaruh Direct Marketing Terhadap Keputusan Menggunakan	111
4.4.1	Uji Asumsi Klasik Terhadap Model Regresi.....	112
4.4.2	Analisis Regresi Linier Sederhana.....	116
4.4.2.1	Analisis Koefisien Korelasi .....	117
4.4.2.2	Persamaan Regresi Linear Sederhana.....	118
4.4.3	Uji Hipotesis .....	120
4.4.4	Analisis Koefisien Determinasi .....	121
4.5	Pembahasan Hasil Penelitian.....	122
4.5.1	Pembahasan Direct Marketing.....	122
4.5.2	Pembahasan Keputusan Menggunakan .....	122
4.5.3	Analisis Direct Marketing Terhadap Keputusan Menggunakan .....	123
4.6	Implikasi Hasil Penelitian.....	124
4.6.1	Temuan Penelitian Bersifat Teoritis .....	124
4.6.2	Temuan Penelitian Bersifat Empiris .....	126
4.7	Implikasi Hasil Penelitian Direct Marketing Terhadap Keputusan Menggunakan pada Pendidikan Manajemen Bisnis .....	126

## **BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

5.1	Kesimpulan .....	135
5.2	Rekomendasi.....	136

<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>137</b>
----------------------------	------------