

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	13
1.3 Rumusan Masalah.....	14
1.4 Tujuan Penelitian.....	14
1.5 Kegunaan Penelitian.....	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	16
2.1 Kajian Pustaka.....	16
2.1.1 Konsep Bauran Promosi.....	16
2.1.1.1 Konsep Bauran Promosi dalam Manajemen Pemasaran.....	16
2.1.1.2 Definisi Promosi.....	18
2.1.1.3 Dimensi Bauran Promosi.....	20
2.1.1.4 Tujuan Promosi.....	26
2.1.2 Konsep Keputusan Pembelian.....	27
2.1.2.1 Definisi Keputusan Pembelian.....	29
2.1.2.2 Tahapan Proses Keputusan Pembelian.....	31
2.1.2.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	33
2.1.2.4 Dimensi Keputusan Pembelian.....	38
2.1.3 Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	39
2.1.4 Orisinalitas Penelitian.....	41

2.2 Kerangka Pemikiran.....	44
2.3 Hipotesis.....	49
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN.....	50
3.1 Objek Penelitian.....	50
3.2 Metode Penelitian.....	51
3.2.1 Jenis dan Metode yang Digunakan.....	51
3.2.2 Operasionalisasi Variabel.....	52
3.2.3 Jenis dan Sumber Data.....	55
3.2.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel.....	56
3.2.4.1 Populasi.....	56
3.2.4.2 Sampel.....	57
3.2.4.3 Teknik Penarikan Sampel.....	58
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data.....	60
3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	62
3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas.....	62
3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	67
3.2.7 Teknik Analisis Data.....	68
3.2.7.1 Analisis Deskriptif Menggunakan Persentase.....	70
3.2.7.2 Analisis Verifikatif Menggunakan <i>Path Analysis</i>	73
3.2.8 Pengujian Hipotesis.....	78
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	81
4.1 Profil Perusahaan dan Pembeli Jeans Cardinal.....	81
4.1.1 Profil Perusahaan.....	81
4.1.1.1 Profil PT. Multi Garmenjaya Selaku Pemegang Merek Cardinal.....	81
4.1.1.2 Program Bauran Promosi “ <i>Triple Expose</i> ” Cardinal.....	85
4.1.2 Karakteristik Responden.....	85
4.1.2.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	85
4.1.2.2 Karakteristik Berdasarkan Usia.....	86
4.1.2.3 Karakteristik Berdasarkan Status.....	87

4.1.2.4 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	88
4.1.2.5 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan.....	90
4.1.2.6 Karakteristik Berdasarkan Penghasilan.....	91
4.1.2.7 Karakteristik Berdasarkan Uang Saku.....	92
4.1.3 Pengalaman Responden.....	92
4.1.3.1 Pengalaman Responden Berdasarkan Lama Menggunakan	93
4.1.3.2 Pengalaman Responden Berdasarkan Alasan Menggunakan.....	93
4.1.3.3 Pengalaman Responden Berdasarkan Sumber Informasi....	94
4.1.3.4 Pengalaman Responden Berdasarkan Merek Jeans Selain Cardinal yang Pernah Digunakan.....	95
4.2 Tanggapan Pembeli Jeans Cardinal Terhadap Pelaksanaan Promosi.....	96
4.2.1 Dimensi <i>Advertising</i>	96
4.2.2 Dimensi <i>Sales Promotion</i>	98
4.2.3 Dimensi <i>Personal Selling</i>	100
4.2.4 Rekapitulasi Indikator Strategi Promosi.....	101
4.3 Tanggapan Pembeli Jeans Cardinal Terhadap Keputusan Pembelian.....	105
4.3.1 Dimensi Pemilihan Produk.....	105
4.3.2 Dimensi Pemilihan Merek.....	107
4.3.3 Dimensi Pemilihan Toko.....	108
4.3.4 Dimensi Penentuan Waktu Pembelian.....	110
4.3.5 Dimensi Jumlah Pembelian.....	111
4.3.6 Dimensi Metode Pembayaran.....	112
4.3.7 Rekapitulasi Indikator Keputusan Pembelian.....	113
4.4 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Jeans Cardinal.....	117
4.4.1 Pengujian Simultan.....	117
4.4.2 Pengujian Parsial.....	117
4.5 Pembahasan.....	123
4.5.1 Pembahasan Bauran Promosi.....	123
4.5.2 Pembahasan Keputusan Pembelian.....	126

4.5.3 Pembahasan Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	128
4.6 Implikasi Hasil Temuan.....	129
4.6.1 Temuan Penelitian Bersifat Teoritis.....	129
4.6.2 Temuan Penelitian Bersifat Empiris.....	131
4.7 Implikasi Hasil Penelitian Promosi Terhadap Pengembangan Pendidikan Manajemen Bisnis.....	133
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	137
5.1 Kesimpulan.....	137
5.2 Rekomendasi.....	138
DAFTAR PUSTAKA.....	141
LAMPIRAN	

