

## DAFTAR ISI

### ABSTRAK

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	i
<b>UCAPAN TERIMA KASIH</b> .....	iii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	v
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii

### BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	6
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	7
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	7
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	7
1.4 Kerangka Pemikiran.....	8
1.5 Asumsi.....	18
1.6 Hipotesis.....	19

### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Konsep pemasaran .....	20
2.1.1 Pengertian pemasaran.....	20
2.1.2 Marketing mix .....	22

2.1.3 Promotional mix.....	26
2.1.2 Promosi penjualan.....	28
2.2 Promosi hadiah.....	29
2.3 Promosi hadiah Kemenangan Langsung .....	33
2.4 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian .....	36
2.3.1 Keputusan Pembelian Konsumen.....	55
2.3.2 Faktor-fakor yang mempengaruhi perilaku pembelian .....	58
2.3.3 Peran konsumen dalam membeli .....	60
2.3.4 Jenis-jenis tingkah laku keputusan pembelian .....	61

### **BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

3.1 Objek Penelitian.....	64
3.2 Metode Penelitian.....	64
3.2.1 Jenis Penelitian.....	64
3.2.2 Operasionalisasi Variabel .....	66
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	70
3.4 Populasi, Sampel dan Tehnik Sampling.....	72
3.4.1 Populasi .....	72
3.4.2 Sampel.....	73
3.4.3 Teknik Sampling.....	76
3.5 Tehnik Pengumpulan Data.....	77
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	79
3.6.1 Uji Validitas .....	79

3.6.2 Uji Reliabilitas .....	81
3.7 Teknik Analisa Data.....	84
3.8 Kriteria Pengambilan Keputusan.....	95

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

4.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	97
4.2 Karakteristik Responden .....	100
4.2.1 Jenis Kelamin .....	100
4.2.2 Golongan Usia.....	101
4.2.3 Pekerjaan .....	102
4.2.4 Pendapatan .....	104
4.3 Pengalaman Responden.....	106
4.3.1 Pengalaman Responden berdasarkan media .....	106
4.3.2 Pengalaman Responden berdasarkan penggunaan produk.....	107
4.4 Gambaran penyelenggaraan promosi penjualan hadiah langsung.....	108
4.4.1 Gambaran bentuk promosi penjualan yang berlaku.....	108
4.4.2 Gambaran kategori produk yang memakai hadiah.....	110
4.4.3 Gambaran ketepatan waktu pelaksanaan promosi hadiah.....	111
4.4.4 Gambaran desain warna dan hologram .....	112
4.4.5 Gambaran jangka waktu pelaksanaan promosi hadiah .....	113
4.4.6 Gambaran kemudahan mengetahui menang tidaknya.....	114
4.4.7 Gambaran ketepatan tujuan diadakannya promosi .....	115

4.5	Gambaran jenis hadiah yang ditawarkan.....	116
4.6.1	Gambaran kemenarikan hadiah.....	116
4.6.2	Gambaran keragaman jenis hadiah .....	117
4.6	Gambaran cara penukaran hadiah .....	118
4.7.1	Gambaran kemudahan menukarkan.....	118
4.7.2	Gambaran jangka waktu penukaran .....	119
4.7.3	Gambaran kesesuaian biaya untuk menukarkan .....	120
4.7	Gambaran nilai hadiah yang ditawarkan.....	121
4.8	Gambaran Minat konsumen .....	122
4.9.1	Gambaran Atas Perhatian Konsumen.....	122
4.9.2	Gambaran Keinginan Membeli Konsumen.....	123
4.9	Gambaran keputusan pembelian .....	125
4.10.1	Gambaran keputusan pembelian berdasarkan merek.....	125
4.10.2	Gambaran keputusan pembelian berdasarkan penyalur .....	126
4.10.3	Gambaran keputusan pembelian berdasarkan kuantitas .....	127
4.10.4	Gambaran keputusan pembelian berdasarkan waktu.....	128
4.10.5	Gambaran keputusan pembelian berdasarkan cara pembayaran.....	129
4.10	Pengujian Hipotesis .....	132
4.11	Pembahasan.....	139

## **BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

5.1	Kesimpulan .....	142
5.2	Rekomendasi .....	144

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>147</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>150</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Perkembangan Konsumsi Kopi Di Indonesia.....	2
Tabel 1.2	Perusahaan Dalam Industri Kopi Bubuk/Instan Di Indonesia.....	3
Tabel 1.3	<i>Market Share</i> Kategori Kopi Bubuk/Instan.....	4
Tabel 1.4	Data Penjualan Kopi Merek ABC.....	5
Tabel 1.5	Klasifikasi Alat Promosi .....	14
Tabel 1.6	Kaitan Antara Tujuan Dengan Alat Promosi .....	15
Tabel 2.1	Perbedaan Karakteristik Dan Tingkat Efektivitas Alat Promosi....	28
Tabel 2.2	Jenis Tingkah Laku Keputusan Pembelian .....	62
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel.....	67
Tabel 3.2	Jenis dan Sumber Data .....	72
Tabel 3.3	Alternatif Jawaban Berdasarkan Skala Likert.....	78
Tabel 3.4	Hasil pengujian validitas .....	80
Tabel 3.5	Hasil pengujian reliabilitas.....	83
Tabel 3.6	Kriteria Penafsiran Hasil Perhitungan Responden.....	85
Tabel 3.7	Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi.....	87
Tabel 3.8	Pasangan Data Dan Harga-Harga Yang Diperlukan Untuk Menghitung a Dan b .....	88
Tabel 3.9	Pasangan Data (X,Y) Dengan Pengulangan Pengamatan Terhadap X.....	89
Tabel 3.10	Rumus Jumlah Kuadrat .....	90
Tabel 3.11	Daftar Analisis Varians Regresi Linear Sederhana .....	91
Tabel 3.12	Pedoman Untuk Memberikan Klasifikasi Pengujian Pengaruh .....	95
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	101

Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	102
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	103
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan/Uang Saku Per Bulan .....	104
Tabel 4.5	Karakteristik Pengalaman Responden Berdasarkan Media Mengetahui .....	106
Tabel 4.6	Karakteristik Pengalaman Responden Berdasarkan Lama Penggunaan.....	107
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Atas Bentuk Promosi Hadiah.....	109
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Atas Kesesuaian Kategori Produk Yang Memakai Hadiah.....	110
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Atas Waktu Pelaksanaan Program Promosi Hadiah .....	111
Tabel 4.10	Tanggapan Responden Atas Desain, Gambar Dan Warna Hologram Hadiah.....	112
Tabel 4.11	Tanggapan Responden Atas Jangka Waktu Pelaksanaan Promosi Hadiah .....	113
Tabel 4.12	Tanggapan Responden Atas Kemudahan Membedakan Yang Menang Atau Tidak .....	114
Tabel 4.13	Tanggapan Responden Atas Ketepatan Tujuan Diadakannya Promosi.....	115
Tabel 4.14	Tanggapan Responden Atas Kemenarikan Hadiah .....	116
Tabel 4.15	Tanggapan Responden Atas Keragaman Hadiah .....	117
Tabel 4.16	Tanggapan Responden Atas Kemudahan Menukarkan Hadiah ....	118
Tabel 4.17	Tanggapan Responden Atas Jangka Waktu Penukaran Hadiah....	119
Tabel 4.18	Tanggapan Responden Atas Kesesuaian Biaya Untuk Menukarkan Hadiah .....	120
Tabel 4.19	Tanggapan Responden Atas Nilai Hadiah.....	121

Tabel 4.20	Tanggapan Responden Atas Perhatian Terhadap Program Promosi.....	122
Tabel 4.21	Tanggapan Responden Atas Keinginan Membeli Produk Setelah Mengetahui Promosi .....	123
Tabel 4.22	rekapitulasi tanggapan responden teentang promosi penjualan hadiah kemenangan langsung.....	124
Tabel 4.23	Tanggapan Responden Mengenai keputusan Pembelian Berdasarkan Merek.....	126
Tabel 4.24	Tanggapan Responden Mengenai keputusan Pembelian Berdasarkan Penyalur.....	127
Tabel 4.25	Tanggapan Responden Mengenai keputusan Pembelian Berdasarkan Kuantitas.....	128
Tabel 4.26	Tanggapan Responden Mengenai keputusan Pembelian Berdasarkan Waktu.....	129
Tabel 4.27	Tanggapan Responden Mengenai keputusan Pembelian Berdasarkan Cara Pembayaran.....	130
Tabel 4.28	Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian .....	131



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Kerangka Pemikiran.....	17
Gambar 1.2	Paradigma Penelitian.....	18
Gambar 2.1	Tipe-tipe Proses Pengambilan Keputusan Konsumen.....	38
Gambar 2.2	<i>Simple Model Of Shopping Behaviour</i> .....	39
Gambar 2.3	<i>Simple Model Of Consumer Behaviour Decision Making</i> .....	40
Gambar 2.4	Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	45
Gambar 2.5	<i>An Integrated Model Of The Consumer Decision Process</i> .....	50
Gambar 2.6	Perilaku Konsumen Setelah Pembelian .....	54
Gambar 2.7	Model Pemrosesan Kognitif Pengambilan Keputusan Konsumen.....	55
Gambar 2.8	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen. ....	59
Gambar 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	101
Gambar 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usia .....	102
Gambar 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	104
Gambar 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pendapatan/Uang saku perbulan .....	105
Gambar 4.5	Pengalaman Responden Berdasarkan Media Mengetahui Produk .....	107
Gambar 4.6	Pengalaman Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Produk.....	108

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- a. Instrumen Penelitian
- b. Data Responden
- c. Skor Mentah Variabel Promosi Hadiah Kemenangan Langsung
- d. Skor Mentah Variabel Keputusan Pembelian
- e. Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 11.5 for Window
- f. Interpolasi
- g. Tabel Nilai-Nilai Distribusi t
- h. Tabel untuk Distribusi F
- i. Keputusan TPPS
- j. Agenda Bimbingan

