

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>ABSTRACT</b> .....	ii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	vii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	viii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah .....	12
1.2.1 Identifikasi Masalah .....	12
1.2.2 Rumusan Masalah .....	13
1.3 Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian .....	14
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	14
1.3.2 Kegunaan Hasil Penelitian .....	14
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS</b> .....	16
2.1 Kajian Pustaka .....	16
2.1.1 Pengertian Pemasaran .....	16
2.1.2 Bauran Pemasaran .....	17
2.1.3 Promosi .....	21
2.1.4 Periklanan .....	27

2.1.4.1	Tipe Iklan.....	27
2.1.5	Promosi Penjualan .....	28
2.1.5.1	Tujuan Promosi Penjualan.....	28
2.1.5.2	Jenis-Jenis Promosi Penjualan.....	29
2.1.5.3	Keputusan Utama Promosi Penjualan .....	27
2.1.6	Hubungan Masyarakat dan Publisitas.....	32
2.1.7	Pemasaran Langsung .....	36
2.1.8	Proses Keputusan Pembelian .....	36
2.1.8.1	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian .....	32
2.1.8.2	Peran Konsumen Dalam Keputusan Pembelian .....	42
2.1.8.3	Motif Konsumen Dalam Mengambil Keputusan.....	43
2.1.8.4	Tahap Proses Keputusan Pembelian.....	44
2.1.9	Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian ..	48
2.2	Kerangka Pemikiran .....	49
2.3	Hipotesis.....	55
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN</b> .....	<b>56</b>
3.1	Objek Penelitian.....	56
3.2	Metode dan Desain Penelitian .....	57
3.2.1	Metode Penelitian .....	57
3.2.2	Desain Penelitian .....	58
3.3	Operasionalisasi Variabel.....	59
3.4	Sumber Data, Alat Pengumpulan Data dan Penarikan Sampel .....	63
3.4.1	Sumber Data Penelitian .....	63

3.4.2 Teknik dan Alat Pengumpulan Data.....	64
3.4.2.1 Alat Pengumpulan Data.....	64
3.5 Teknik Pengambilan Sampel.....	66
3.5.1 Populasi.....	66
3.5.2 Sampel.....	66
3.5.3. Teknik Penarikan Sampel.....	68
3.6 Rancangan Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	69
3.6.1 Rancangan Analisis Data.....	69
3.6.2 Pengujian Validitas dan Reabilitas.....	71
3.6.2.1 Pengujian Validitas.....	71
3.6.2.2 Pengujian Reliabilitas.....	75
3.6.3 Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	77
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>84</b>
4.1. Hasil Penelitian.....	84
4.1.1. Profil Perusahaan dan Konsumen Chicken Story.....	84
4.1.1.1 Gambaran Umum PT Prime Restaurant Indonesia.....	84
4.1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan .....	85
4.1.1.3 Gambaran Umum Chicken Story.....	86
4.1.1.4 Produk yang ditawarkan dan Program Promosi .....	86
4.1.2 Karakteristik dan Pengalaman Konsumen.....	87
4.1.2.1 Karakteristik Konsumen .....	87
4.1.2.2 Pengalaman Konsumen .....	91

4.1.3 Pelaksanaan Program Bauran Promosi.....	94
4.1.3.1 Tanggapan Konsumen Terhadap Pelaksanaan Program	
Advertising Chicken Story .....	94
4.1.3.2 Tanggapan Konsumen Terhadap Pelaksanaan Program	
Sales Promotion Chicken Story .....	98
4.1.3.3 Tanggapan Konsumen Terhadap Pelaksanaan Program	
Public Relation Chicken Story.....	101
4.1.3.4 Tanggapan Konsumen Terhadap Pelaksanaan Program	
Direct Marketing Chicken Story.....	107
4.1.3.4 Rekapitulasi Tanggapan Variabel Penelitian Program	
Bauran Promosi Chicken Story .....	110
4.1.4 Gambaran Proses Keputusan Pembelian.....	111
4.1.4.1 Tanggapan Konsumen Terhadap Pengenalan	
Kebutuhan Chicken Story .....	112
4.1.4.2 Tanggapan Konsumen Terhadap Pencarian	
Informasi Chicken Story.....	113
4.1.4.3 Tanggapan Konsumen Terhadap Evaluasi	
Alternatif Chicken Story.....	115
4.1.4.4 Tanggapan Konsumen Terhadap Keputusan	
Pembelian Chicken Story .....	117
4.1.4.5 Tanggapan Konsumen Terhadap Perilaku Paska	
Pembelian Chicken Story .....	120

4.1.4.6 Rekapitulasi Tanggapan Konsumen Terhadap Proses	
Keputusan Pembelian Chicken Story .....	121
4.1.5 Pengujian Hipotesis .....	123
4.2 Pembahasan Pengaruh Program Bauran Promosi Terhadap Proses	
Keputusan Pembelian .....	129
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	134
5.1 Kesimpulan .....	134
5.2 Saran .....	135
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	xiv
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b> .....	xvi

