

DAFTAR ISI

Abstrak	i
Kata Pengantar	ii
Ucapan Terimakasih.....	iii
Daftar Isi.....	v
Daftar Tabel	viii
Daftar Gambar.....	x
Daftar Lampiran	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasi dan Perumusan Masalah	7
1.2.1. Identifikasi Masalah	7
1.2.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan dan kegunaan	10
1.3.1. Tujuan Penelitian	10
1.3.2. Kegunaan Penelitian.....	10
1.4. Kerangka Pemikiran.....	11
1.6. Hipotesis.....	18
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	20
2.1. Definisi Pemasaran.....	20
2.2. Konsep Pemasaran Sosial	22
2.3. Bauran Pemasaran Sosial.....	25
2.3.1. Produk	25
2.3.2. Harga.....	26
2.3.3. Tempat.....	26
2.3.4. Promosi	27
2.3.5. Producer.....	27
2.3.6. Purchaser.....	28
2.3.7. Probing.....	28
2.4. Pengumpulan Dana dari Organisasi Nirlaba	28

2.5. Teknik-Teknik dalam Pengumpulan Dana.....	31
2.5.1. Memberikan kesenangan.....	31
2.5.2. Memilih perlakuan	31
2.5.3. Membanggakan kewarganegaraan.....	31
2.5.4. Memohon dengan sungguh-sungguh.....	32
2.5.5. Peristiwa yang besar.....	32
2.5.6. Kontes.....	32
2.5.7. Undian.....	32
2.6. Menganalisis Kinerja Pemasaran Sosial	32
2.7. Program Evaluasi	33
2.7.1. Efektif dan Efisien.....	33
2.7.2. Mengukur Keefektifan Program.....	34
2.7.3. Mengukur efisiensi.....	35
2.7.4. Mengaudit Pemasaran.....	35
2.8. Konsep Proses Keputusan Pembelian	37
2.8.1. Pengenalan Kebutuhan.....	40
2.8.2. Pencarian Informasi.....	41
2.8.3. Evaluasi Alternatif.....	42
2.8.4. Keputusan Pembelian.....	43
2.8.5. Perilaku Paska Pembelian.....	44
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN.....	46
3.1. Objek Penelitian.....	46
3.2. Metode Penelitian.....	46
3.2.1. Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan	46
3.3. Operasionalisasi Variabel.....	48
3.4. Jenis dan Sumber Data.....	52
3.5. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling.....	53
3.5.1. Populasi.....	54
3.5.2. Sampel.....	54
3.5.3. Teknik Sampling	56
3.6. Teknik Pengumpulan Data.....	57

3.7. Rancangan Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	58
3.7.1. Pengujian Validitas	58
3.7.2. Pengujian Reliabilitas.....	60
3.8. Teknik Analisa Data.....	62
3.8.1. Method of Successive Internal (MSI)	63
3.8.2. Analisis Korelasi	64
3.8.3. Analisis Regresi Linear Sederhana	66
3.9. Rancangan Uji Hipotesis.....	67
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	69
4.1. Profil Dompot Dhuafa Bandung	69
4.1.1. Gambaran Umum Produk	71
4.2. Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	72
4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Demografi dan Pengalaman	75
4.3.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Demografi.....	75
4.3.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman.....	81
4.4. Tanggapan Responden Terhadap Pelaksanaan Variabel Penelitian.....	85
4.4.1. Tanggapan Responden terhadap Pemasaran sosial	86
4.4.2. Tanggapan Responden terhadap Proses Keputusan Pembelian..	91
4.5. Pengujian dan Pembahasan Hipotesis.....	99
4.5.1. Menguji Adanya Pengaruh Variabel X terhadap Variabel Y.....	100
4.5.2. Pembahasan Hipotesis.....	101
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....	104
5.1. Kesimpulan	104
5.2. Rekomendasi.....	105

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

