

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR.....	iv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	10
C. Rumusan Masalah	10
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	11
1. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	11
2. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	11
E. Kerangka Pemikiran.....	12
F. Penelitian Terdahulu.....	14
G. Hipotesis.....	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	18
A. Pengertian Manajemen	21
B. Pengertian Pemasaran	20
C. Konsep Promosi	23
D. Bauran Promosi	23
E. Advertising	24
F. <i>Personal Selling</i>	29
G. Keputusan Pembelian	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	38
A. Metode Penelitian	38
B. Populasi dan Sampel	38
1. Populasi	38

2.Sampel	39
C. Jenis dan Sumber Data.....	41
1.Jenis data.....	41
2.Sumber data	42
D. Variabel Penelitian.....	43
1.Variabel <i>Independent</i>	43
2.Definisi Variabel <i>Independent</i>	43
3.Variabel Dependen	43
E. Definisi Operasional	44
F. Teknik Analisis Data.....	48
1.Uji Validitas.....	48
2.Uji Realiabilitas	49
G. Teknik Pengolahan Data.....	50
1. Uji Korelasi.....	50
2. Uji Parsial	51
3. Uji F.....	53
4. Analisis Korelasi.....	55
5. Koefisien Determinasi	56
I. Lokasi dan Jadwal Penelitian	57
1. Lokasi Penelitian	57
2. Jadwal Penelitian	58
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	59
A. Gambaran Objek Penelitian	59
1. Deskripsi tentang perusahaan.....	59
2. Sejarah singkat perusahaan.....	60
3. Profil perusahaan	64
4. Visi dan Misi Perusahaan	66

5. Struktur Organisasi.....	66
6. Deskripsi kerja.....	67
B. Hasil Penelitian.....	70
1. Profil Responden	70
2. Hasil Uji Validitas	71
3. Hasil Uji Reliabilitas	74
4. Hasil Uji Hipotesis	76
C. Pengolahan Data Deskriptif	84
D. Pembahasan.....	96
1. Pengaruh <i>Advertising</i> Terhadap Keputusan Pembelian	97
2. Pengaruh <i>Personal Selling</i> Terhadap Keputusan Pembelian	98
BAB V PENUTUP.....	99
A. Kesimpulan	99
B. Saran.....	101
DAFTAR PUSTAKA.....	103

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Mini Survey	7
Tabel 1.2 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3.1 Data Mahasiswa Fisip UIN SGD 2013	39
Tabel 3.2 Operasional Variabel.....	44
Tabel 3.3 Kriteria Interpretasi Skor	56
Tabel 3.4 Jadwal penelitian.....	58
Tabel 4.1 Responden berdasarkan jenis kelamin	70
Tabel 4.2 Profil responden berdasarkan jurusan.....	71
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas.....	72
Tabel 4.4 Hasil pengujian validasi <i>Personal Selling</i>	72
Tabel 4.5 Hasil pengujian validasi keputusan pembelian	73
Tabel 4.6 Hasil uji Reliabilitas <i>Advertising</i>	74
Tabel 4.7 Hasil uji Reliabilitas <i>Personal Selling</i>	75
Tabel 4.8 Hasil uji Reliabilitas keputusan pembelian.....	75
Tabel 4.9 Tingkat korelasi	77
Tabel 4.10 Hasil Uji korelasi	77
Tabel 4.11 Hasil Uji koefisien secara Parsial.....	79
Tabel 4.12 Hasil Uji koefisien secara Simultan.....	81
Tabel 4.13 Hasil Analisis Determinasi	82
Tabel 4.14 Pertanyaan 1	83
Tabel 4.15 Pertanyaan 2	84
Tabel 4.16 Pertanyaan 3	84
Tabel 4.17 Pertanyaan 4	85
Tabel 4.18 Pertanyaan 5	86
Tabel 4.19 Pertanyaan 6	87
Tabel 4.20 Pertanyaan 7	88
Tabel 4.21 Pertanyaan 8	88

Tabel 4.22 Pertanyaan 9	89
Tabel 4.23 Pertanyaan 10	90
Tabel 4.24 Pertanyaan 11	91
Tabel 4.25 Pertanyaan 12	91
Tabel 4.26 Pertanyaan 13	92
Tabel 4.27 Pertanyaan 14	93
Tabel 4.28 Pertanyaan 15	93
Tabel 4.29 Pertanyaan 16	94
Tabel 4.30 Pertanyaan 17	95
Tabel 4.31 Pertanyaan 18	96



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data AISI FEBRUARI 2015.....	4
Gambar 1.2 Data penjualan Motor Maret 2016	6
Gambar 1.3 Bagan Kerangka Pemikiran.....	13
Gambar 2.1 Tahap-tahap Proses Keputusan Pembelian	33
Gambar 4.1 Struktur organisasi.....	66
Gambar 4.2 Sumber Profil Perusahaan	69

