

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I: PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II: TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Landasan Teori.....	8
1. Iklan	8
2. Hubungan Masyarakat.....	9
3. Promosi Penjualan	10
4. Pemasaran Langsung	11
5. Keputusan Pembelian	12
B. Variabel Penelitian Terdahulu	15
C. Hubungan Antar Variabel	17
D. Kerangka Pemikiran.....	20
E. Hipotesis	20
BAB III: METODE PENELITIAN.....	22
A. Rancangan Penelitian	22
B. Populasi Penelitian.....	22
C. Sampel dan Teknik <i>Sampling</i>	23
D. Jenis Data Penelitian	25
E. Prosedur Pengambilan Data	25
F. Klasifikasi Variabel Penelitian.....	25
G. Definisi Operasional Variabel.....	26

H. Skala Pengukuran Penelitian	29
I. Uji Instrumen	29
J. Teknik Analisis Data.....	32
BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	36
A. Hasil Analisis	36
B. Pembahasan.....	50
BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN.....	56
A. Kesimpulan	56
B. Saran	57
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	60