

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>I</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>II</b>
<b>PERSEMBAHAN .....</b>	<b>III</b>
<b>ABSTRAKSI .....</b>	<b>IV</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>V</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>VII</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>X</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>XIII</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Tinjauan Pustaka .....	9
1.5.1 Tinjauan Empirik .....	9
1.5.2 Tinjauan Teoritis .....	12
1.5.2.1 Komunikasi Pemasaran .....	12
1.5.2.1.1 Periklanan .....	14
1.5.2.1.1.2 Fungsi Periklanan .....	15
1.5.2.1.1.3 Tujuan Periklanan.....	16
1.5.2.1.1.4 Media Periklanan.....	17
1.5.2.1.2 Promosi Penjualan .....	19
1.5.2.1.2.1. Konsep Teori Promosi Penjualan .....	20
1.5.2.1.2.2. Faktor yang mempengaruhi Promosi Penjualan .....	20
1.5.2.1.2.3. Perencanaan Promosi Penjualan Elemen kepuasan pelanggan .....	22
1.5.2.1.2.4. Cara-cara Promosi Penjualan.....	24
1.5.2.2. Perilaku Konsumen .....	25

1.5.2.2.1. Model Keputusan Konsumen .....	26
1.5.2.2.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	27
1.5.2.3. Keputusan Pembelian .....	33
1.5.2.3.1. Pengertian Keputusan Pembelian .....	33
1.5.2.3.2 Tahap-tahap Dalam Proses Pengambilan Keputusan Membeli .....	34
1.5.2.4 Hubungan antar Variabel .....	36
1.6 Kerangka Pemikiran .....	37
1.7 definisi Konsep dan definisi operasional.....	38
1.8 Hipotesis.....	42
1.9 Metode Penelitian .....	42
1.9.1 Tipe Penelitian .....	42
1.9.2 Ruang Lingkup Penelitian.....	43
1.9.3 Lokasi Penelitian.....	43
1.9.4 Sumber Data.....	44
1.9.5 Teknik Pengumpulan Data .....	44
1.9.6 Populasi dan Sampel .....	45
1.9.7 Teknik Sampling .....	45
1.9.8 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	46
1.9.9 uji asumsi klasik.....	48
1.9.10 Teknik analisis data .....	49
a. Analisis Statistik Deskriptif .....	49
b Analisis Statistik Inferensial .....	50
<b>BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....</b>	<b>56</b>
2.1 Sejarah Perusahaan.....	56
2.2 Visi dan Misi Perusahaan .....	57
2.3 Standart Operating Procedure PT Wings Food.....	58
2.4 Struktur Organisasi .....	59
<b>BAB III HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>62</b>
3.1 Karakteristik Responen .....	62
1. Usia responden .....	63
2. Jenis Kelamin Responden.....	64
3. Pendidikan Responden .....	65
4. Pekerjaan Responden.....	65
3.2 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	66

1. Uji validitas.....	66
2. Uji relaibilitas .....	68
3.3 Analisis statistik Deskriptif.....	69
1. Analisis statistik deskriptif variabel Periklanan.....	70
2. Analisis statistik deskriptif variabel promosi penjualan .....	80
3. Analisis statistik deskriptif variabel Keputusan Pembelian.....	112
3.4 Uji asumsi klasik.....	117
1. Uji normalitas .....	117
2. Uji multikolinieritas.....	118
3. Uji heterokedastisitas.....	119
3.5 Analisis Regresi Linier Berganda .....	120
3.6 Pengujian Hipotesis.....	122
1. Pengujian Hipotesis Simultan.....	122
2. Pengujian Hiptesis Parsial .....	123
3.7 Pembahasan.....	125
<b>BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>133</b>
4.1 Kesimpulan.....	134
4.2 Saran .....	135
DAFTAR PUSTAKA	
PERIHAL LAMPIRAN	