

## DAFTAR ISI

**COVER**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

**ABSTRAK**

**KATA PENGANTAR**

**DAFTAR ISI**

**DAFTAR TABEL**

**DAFTAR GAMBAR**

**DAFTAR LAMPIRAN**

<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2. Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah.....	8
1.2.1. Identifikasi Masalah.....	8
1.2.2. Rumusan Masalah .....	9
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1. Manfaat Teoritis .....	10
1.4.2. Manfaat Praktis.....	10
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b> <b>.....</b>	<b>11</b>
2.1. Kajian Pustaka.....	11
2.1.1. Teori Ilmu Manajemen .....	11
2.1.1.1 Pengertian Manajemen .....	11
2.1.1.2 Fungsi Manajemen .....	12
2.1.1.3 Tujuan Manajemen .....	14
2.1.1.4 Bidang - Bidang Manajemen .....	15

2.1.2. Manajemen Pemasaran.....	17
2.1.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran .....	17
2.1.2.2 Fungsi Manajemen Pemasaran.....	18
2.1.2.3 Tujuan Manajemen Pemasaran.....	20
2.1.2.4 Ruang Lingkup Pemasaran .....	21
2.1.2.5 Bauran Pemasaran.....	22
2.1.3. Variabel yang Diteliti .....	24
2.1.3.1 Promosi.....	24
2.1.3.1.1 Pengertian Promosi .....	24
2.1.3.1.2 Tahap-tahap Pelaksanaan Promosi.....	25
2.1.3.1.3 Tujuan Promosi .....	26
2.1.3.1.4 Fungsi Promosi .....	27
2.1.3.1.5 Bauran Promosi.....	28
2.1.3.1.6 Indikator Promosi.....	29
2.1.4.1 Keputusan Pembelian .....	29
2.1.4.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	29
2.1.4.1.2 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian .....	31
2.1.4.1.3 Faktor – Faktor Keputusan Pembelian.....	33
2.1.4.1.4 Indikator Keputusan Pembelian .....	33
2.1.4. Penelitian Terdahulu .....	34
2.2. Kerangka Pemikiran .....	36
2.3. Hipotesis Penelitian.....	38
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>40</b>
3.1. Metode Penelitian yang digunakan .....	40
3.2. Definisi Variabel dan Operasionalisasi Variabel .....	41
3.2.1. Definisi Variabel .....	41
3.2.2. Operasionalisasi Variabel.....	42
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian .....	43
3.3.1. Populasi .....	43
3.3.2. Sampel .....	44
3.4. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.4.1. Sumber Data .....	45

3.4.2. Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.5. Teknik Analisis Data .....	48
3.5.1. Analisis Koefisien Korelasi .....	48
3.5.2. Koefisien Determinasi .....	49
3.5.3. Uji T .....	50
3.6. Tempat dan Waktu Penelitian .....	51
3.6.1. Tempat Penelitian.....	51
3.6.2. Waktu Penelitian .....	51
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>53</b>
4.1. Hasil Penelitian .....	53
4.1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	53
4.1.1.1. Profil Singkat Dealer Helmi Hendra Motor Kawali .....	53
4.1.1.2. Visi dan Misi Dealer Helmi Hendra Motor Kawali.....	54
4.1.1.3. Struktur Organisasi Dealer Helmi Hendra Motor Kawali	54
4.1.2. Karakteristik Responden .....	59
4.1.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
4.1.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	60
4.1.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	
.....	
.....	61
4.1.2.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	62
4.1.2.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan .....	63
4.1.3. Deskripsi Variabel yang Diteliti.....	64
4.1.3.1. Deskripsi Hasil Penelitian mengenai Promosi (X) pada	
Dealer Helmi Hendra Motor Kawali .....	64
4.1.3.2. Deskripsi Hasil Penelitian mengenai Keputusan Pembelian	
(Y) pada Dealer Helmi Hendra Motor Kawali .....	76
4.1.4. Hasil Pengujian Hipotesis .....	88
4.1.4.1. Pengaruh Promosi (X) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	
pada Dealer Helmi Hendra Motor Kawali .....	88
4.2. Pembahasan .....	95
4.2.1. Pengaruh Promosi (X) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada	
Dealer Helmi Hendra Motor Kawali .....	95

<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>99</b>
5.1. Simpulan.....	99
5.2. Saran.....	99
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN - LAMPIRAN</b>	