

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	8
C. Rumusan Masalah .....	9
D. Tujuan Penelitian .....	10
E. Kegunaan Penelitian .....	10
F. Kerangka Pemikiran .....	11
G. Penelitian Terdahulu .....	13
H. Hipotesis .....	15
I. Model Penelitian .....	16
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>15</b>
A. Manajemen .....	15
1. Pengertian Manajemen .....	15
2. Fungsi-fungsi Manajemen .....	16
B. Manajemen Pemasaran .....	17
1. Pengertian Pemasaran .....	17
2. Bauran Pemasaran .....	18
3. Komponen 4P Bauran Pemasaran .....	19
C. Prilaku Konsumen .....	22
D. Promosi Penjualan .....	24
1. Pengertian Promosi .....	26
2. Peran Promosi Penjualan .....	29

3.	Tipe-Tipe Promosi Penjuala .....	29
4.	Promosi Penjualan Secara Online .....	30
E.	Harga .....	31
1.	Pengertian Harga .....	31
2.	Tujuan Penetapan Harga .....	32
3.	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penetapan Harga .....	33
F.	Keputusan Pembelian .....	36
1.	Pengertian Keputusan Pembelian .....	36
2.	Tahap-Tahap Proses Keputusan Pembelian .....	38
3.	Peranan Konsumen dalam Keputusan Pembelian .....	38
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>39</b>
A.	Metode Penelitian .....	39
B.	Populasi dan Sampel .....	40
C.	Jenis Data .....	42
D.	Variabel Penelitian .....	43
E.	Teknik Pengumpulan Data .....	47
F.	Analisis Data .....	47
G.	Teknik Pengolahan Data/Uji Hipotesis .....	49
H.	Tempat dan Jadwal Penelitian .....	52
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>54</b>
A.	Gambaran Objek Penelitian .....	54
B.	Hasil Penelitian .....	56
1.	Profil Responden .....	56
2.	Pengolahan Data Deskriptif Kuesioner .....	58
3.	Hasil Uji Validitas .....	75
4.	Hasil Uji Reliabilitas .....	78
5.	Hasil Uji Analisis Regresi Berganda .....	79
6.	Hasi Uji Hipotesis .....	81
7.	Pembahasan Penelitian .....	87
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>90</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Harga Produk Tros_co .....	6
Tabel 1.7 Penelitian Terdahulu .....	12
Tabel 3.1 Variabel Penelitian .....	57
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	57
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia .....	57
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	57
Tabel 4.4 Pertanyaan 1 .....	58
Tabel 4.5 Pertanyaan 2 .....	58
Tabel 4.6 Pertanyaan 3 .....	59
Tabel 4.7 Pertanyaan 4 .....	60
Tabel 4.8 Pertanyaan 5 .....	60
Tabel 4.9 Pertanyaan 6 .....	61
Tabel 4.10 Pertanyaan 7 .....	62
Tabel 4.11 Pertanyaan 8 .....	62
Tabel 4.12 Pertanyaan 9 .....	63
Tabel 4.13 Pertanyaan 10 .....	64
Tabel 4.14 Pertanyaan 11 .....	65
Tabel 4.15 Pertanyaan 12 .....	65
Tabel 4.16 Pertanyaan 13 .....	66
Tabel 4.17 Pertanyaan 14 .....	67
Tabel 4.18 Pertanyaan 15 .....	68
Tabel 4.19 Pertanyaan 16 .....	69
Tabel 4.20 Pertanyaan 17 .....	70
Tabel 4.21 Pertanyaan 18 .....	70
Tabel 4.22 Pertanyaan 19 .....	71
Tabel 4.23 Pertanyaan 20 .....	72
Tabel 4.24 Pertanyaan 21 .....	72
Tabel 4.25 Pertanyaan 22 .....	73
Tabel 4.26 Pertanyaan 23 .....	74
Tabel 4.27 Hasil Pengujian Validasi Variabel Promosi Penjualan .....	75
Tabel 4.28 Hasil Pengujian Validasi Variabel harga .....	76
Tabel 4.29 Hasil Pengujian onstrumen Keputusan Pembelian .....	76
Tabel 4.30 Standar Raliabilitas Tritton .....	77

Tabel 4.31 Hasil Uji Reliabilitas .....	78
Tabel 4.32 Hasil Regresi Linier Berganda.....	79
Tabel 4.33 Hasil Analisis Regresi Secara Bersama.....	84
Tabel 4.34 Koefisien Determinasi.....	85
Tabel 4.35 pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien determinasi.....	86



uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUNAN GUNUNG DJATI  
BANDUNG

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Penjualan Perbulan .....	7
Gambar 1.2 Kerangka Pemikiran .....	16
Gambar 2.1 Proses Manajemen .....	19
Gambar 4.1 Logo Perusahaan .....	54
Gambar 4.2 Uji T Variabel X1 .....	81
Gambar 4.3 Uji T Variabel X2 .....	83
Gambar 4.4 Uji F Variabel X1 .....	84

