

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PENGESAHAN

ABSTRAK

KATA PENGANTAR .....	i
DAFTAR ISI .....	iv
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	9
1.3 Rumusan Penelitian.....	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Kegunaan Penelitian.....	11
1.6 Kerangka Pemikiran.....	12
1.7 Hipotesis .....	15
1.8 Penelitian Sebelumnya .....	17
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>19</b>
2.1 Pengertian Pemasaran .....	19
2.1.1 Pemasaran.....	19
2.1.2 Pengertian Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ).....	20
2.2 Pengertian Promosi.....	22

2.2.1	Fungsi Promosi.....	23
2.2.2	Tujuan Promosi.....	24
2.2.4	Promosi Sebagai Proses Komunikasi .....	25
2.3	Pengertian Bauran Promosi ( <i>Promotion Mix</i> ).....	28
2.3.1	Periklanan ( <i>Advertising</i> ).....	29
2.3.1.1	Ciri-ciri Khas Dari Periklanan .....	31
2.3.2	Promosi Penjualan ( <i>Sales Promotion</i> ).....	32
2.3.2.1	Langkah-langkah Promosi Penjualan .....	33
2.3.2.2	Alat-alat Promosi Penjualan .....	35
2.3.3	Penjualan Individu ( <i>Personal Selling</i> ).....	37
2.3.4	Publisitas ( <i>Publicity</i> ).....	40
2.4	Faktor Yang Mempengaruhi Bauran Promosi ( <i>Promotion Mix</i> ).....	41
2.5	Pengertian Penjualan.....	44
2.5.1	Tujuan Penjualan.....	44
2.5.2	Proses Penjualan .....	45
2.5.3	Konsep Penjualan .....	46
2.5.4	Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan.....	47
2.6	Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Penjualan.....	50
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>52</b>
3.1	Metode Penelitian.....	52
3.2	Populasi dan Sampel.....	53
3.3	Jenis Data.....	55

3.4	Variabel Penelitian .....	56
3.5	Teknik Pengumpulan Data .....	58
3.6	Analisis Data.....	60
3.6.1	Uji Validitas .....	61
3.6.2	Uji Reliabilitas .....	62
3.6.3	Pengujian Koefisiensi Uji Parsial (Uji T) .....	64
3.6.4	Pengujian Koefisiensi Uji Simultan (Uji F) .....	67
3.7	Tempat Dan Jadwal Penelitian.....	68
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>70</b>
4.1	Kondisi Penelitian .....	70
4.1.1	Profil Perusahaan Daya Motor (PT. Daya Anugrah Mandiri) .....	70
4.1.2	Struktur Organisasi Daya Motor (PT. Daya Anugrah Mandiri) .....	72
4.1.3	Uraian Tugas (Job Description) .....	74
4.1.4	Aktivitas Perusahaan .....	77
4.2	Data Responden Daya Motor (PT. Daya Anugrah Mandiri) .....	78
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	78
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur .....	79
4.3	Pengolahan Data .....	80
4.3.1	Tanggapan Responden Tentang Bauran Promosi (X) .....	80
4.3.2	Tanggapan Responden Tentang Penjualan (Y) .....	93

4.4	Uji Validitas .....	107
4.5	Uji Reliabilitas .....	109
4.6	Analisis Berganda .....	110
4.7	Analisis Korelasi Berganda .....	113
4.8	Analisis Determinasi .....	114
4.9	Uji Hipotesis Bauran Promosi Terhadap Penjualan .....	117
4.9.1	Uji Koefisiensi Regresi Secara Parsial (Uji T) .....	117
4.9.2	Uji Koefisiensi Regresi Secara Simultan (Uji F) .....	119
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>120</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>123</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>125</b>

