

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| HALAMAN JUDUL | |
| LEMBAR PERNYATAAN | i |
| LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI | ii |
| LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI | iii |
| LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI | iv |
| ABSTRAK | v |
| KATA PENGANTAR | vii |
| DAFTAR ISI | ix |
| DAFTAR GAMBAR | xii |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1. Latar Belakang Penelitian | 1 |
| 1.2. Perumusan Masalah | 9 |
| 1.3. Tujuan Penelitian | 9 |
| 1.4. Manfaat Penelitian | 9 |
| 1.4.1. Manfaat Teoritis / Akademis | 9 |
| 1.4.2. Manfaat Praktis | 9 |
| 1.4.3. Manfaat Sosial | 10 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 11 |
| 2.1. Penelitian Terdahulu | 11 |
| 2.2. Kajian Teoritis | 13 |
| 2.2.1. Komunikasi Pemasaran | 13 |
| 2.2.2. Tujuan Komunikasi Pemasaran | 16 |
| 2.2.3. Promosi | 17 |
| 2.2.4. Tujuan Promosi | 19 |
| 2.2.5. Bauran Promosi | 21 |
| 2.2.6. Promosi Penjualan | 23 |

| | |
|--|-----------|
| 2.2.7. Dimensi Utama Atau Alat-alat Dalam Aktivitas Penjualan | 25 |
| 2.2.8. Tujuan Promosi Penjualan | 27 |
| 2.2.9. Media Promosi Penjualan | 28 |
| 2.2.10. Mode Teori Stimulus – Organisme – Respon (SOR) | 29 |
| 2.2.11. Keputusan Pembelian | 31 |
| 2.2.12. Model Teori AIDA | 31 |
| 2.3. Hipotesis Teori | 33 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN | 35 |
| 3.1. Paradigma Penelitian | 35 |
| 3.2. Metode Penelitian | 36 |
| 3.3. Populasi Dan Sampel | 37 |
| 3.3.1. Populasi | 37 |
| 3.3.2. Sampel | 39 |
| 3.3.3. Teknik Penarikan Sampel | 40 |
| 3.4. Definisi Konsep Dan Operasionalisasi Konsep | 41 |
| 3.4.1. Definisi Konsep | 41 |
| 3.4.2. Operasionalisasi Konsep | 44 |
| 3.5. Teknik Pengumpulan Data | 48 |
| 3.5.1. Data Primer | 48 |
| 3.5.2. Data Sekunder | 49 |
| 3.5.3. Validitas | 49 |
| 3.5.4. Realibilitas | 51 |
| 3.6. Teknik Analisi Data | 52 |
| 3.6.1. Analisis Regresi Linear Sederhana | 52 |
| 3.6. Hipotesis Penelitian | 53 |

| | |
|---|-----|
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 55 |
| 4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian | 55 |
| 4.1.1. Sejarah Dan Profil Perusahaan | 55 |
| 4.1.2. Visi,Misi Dan Budaya Organisasi Perusahaan..... | 57 |
| 4.1.3. Program Dan Aktivitas Promosi Sport Station..... | 58 |
| 4.2. Hasil Penelitian | 59 |
| 4.2.1. Analisis Uji Validitas Dan Realibilitas | 59 |
| 4.2.2. Deskripsi Data Responden | 63 |
| 4.2.3. Promosi Penjualan Buy One Get One | 65 |
| 4.2.4. Keputusan Pembelian Konsumen | 79 |
| 4.2.5. Analisis Uji Regresi Linear Sederhana..... | 94 |
| 4.2.6. Uji T..... | 96 |
| 4.3. Pembahasan..... | 97 |
| | |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | 105 |
| 5.1. Kesimpulan | 103 |
| 5.2. Saran | 105 |
| DAFTAR PUSTAKA | 106 |
| LAMPIRAN | 110 |