# **DAFTAR ISI**

[LEMBAR PENGESAHAN ii](#_Toc102099742)

[PERNYATAAN](#_Toc102099743) iii

[DEDIKASI iv](#_Toc102099744)

[ABSTRAK](#_Toc102099745) v

[ABSTRACT vi](#_Toc102099746)

[ABSTRAK vii](#_Toc102099747)

[KATA PENGANTAR viii](#_Toc102099748)

[RIWAYAT HIDUP](#_Toc102099749) xiii

[DAFTAR ISI](#_Toc102099750) xiv

[DAFTAR TABEL xvii](#_Toc102099751)

**DAFTAR GAMBAR xix**

[DAFTAR LAMPIRAN xx](#_Toc102099752)

[BAB I](#_Toc102099753) [PENDAHULUAN](#_Toc102099754) 1

[1.1. Latar Belakang Penelitian](#_Toc102099755) 1

[1.2. Rumusan Masalah 8](#_Toc102099756)

[1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian 8](#_Toc102099757)

[1.3.1. Tujuan Penelitian 8](#_Toc102099758)

[1.4. Kegunaan Penelitian 9](#_Toc102099759)

[1.5. Lokasi Penelitian dan Jadwal Kegiatan 10](#_Toc102099760)

[1.4.1. Lokasi Penelitian 10](#_Toc102099761)

[1.4.2. Jadwal Kegiatan Penelitian 10](#_Toc102099762)

[BAB II](#_Toc102099763) [TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERFIKIR 12](#_Toc102099764)

[2.1. Tinjauan Pustaka 12](#_Toc102099765)

[2.1.1. Manajemen Pemasaran 12](#_Toc102099766)

[2.1.2. Promosi 14](#_Toc102099767)

[2.1.3. Keputusan Pembelian 15](#_Toc102099768)

[2.2. Kerangka Berfikir 17](#_Toc102099769)

[2.3. Hipotesis Penelitian 18](#_Toc102099770)

[2.4. Penelitian Terdahulu 20](#_Toc102099771)

[BAB III](#_Toc102099772) [METODOLOGI PENELITIAN 23](#_Toc102099773)

[3.1. Paradigma Penelitian 23](#_Toc102099774)

[3.2. Metode Penelitian Yang Digunakan 24](#_Toc102099775)

[3.3. Variabel Penelitian yang Digunakan 25](#_Toc102099776)

[3.3.1. Operasionalisasi Variabel 26](#_Toc102099777)

[3.4. Teknik Pengumpulan Data 26](#_Toc102099778)

[3.4.1. Data Primer 27](#_Toc102099779)

[3.4.2. Data Sekunder 29](#_Toc102099780)

[3.4.3. Populasi dan Sampel 29](#_Toc102099781)

[3.5. Teknik Analis Data 31](#_Toc102099782)

[3.5.1. Uji Validitas 31](#_Toc102099783)

[3.5.2. Uji Regresi Linier Sederhana 34](#_Toc102099784)

[3.5.3. Uji Hipotesis 34](#_Toc102099785)

[3.5.4. Analisis Koefisien Rank Spearman 35](#_Toc102099786)

[3.5.5. Analisis Koefisien Determinasi ($R2$) 36](#_Toc102099787)

[BAB IV](#_Toc102099788) [HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 32](#_Toc102099789)

[4.1. Gambaran Umum Distro Words Treatment Departement 32](#_Toc102099790)

[4.1.1. Struktur Oganisasi 40](#_Toc102099791)

[4.2. Pelaksanaan Promosi Pada Distro Words Treatment Departement 41](#_Toc102099792)

[4.2.1. Iklan 42](#_Toc102099793)

[4.2.2. Penjualan Personal 46](#_Toc102099794)

[4.2.4. Hubungan Masyarakat 55](#_Toc102099795)

[4.2.5. Pemasaran Langsung 58](#_Toc102099796)

[4.3. Kondisi Keputusan Pembelian Pada Words Treatment Departement 64](#_Toc102099797)

[4.3.2. Pencarian Informasi 70](#_Toc102099798)

[4.3.3. Evaluasi Alternatif 73](#_Toc102099799)

[4.3.4. Keputusan Pembelian 76](#_Toc102099800)

[4.3. Pengujian Istumen Penelitian 79](#_Toc102099801)

[4.3.1. Pengujian dan Hasil Validitas 79](#_Toc102099802)

[4.3.2. Pengujian dan Hasil Realibilitas 81](#_Toc102099803)

[4.4. Analisis Data 82](#_Toc102099804)

[4.4.1. Pengujian Regresi Linier..Sederhana 82](#_Toc102099805)

[4.4.2. Pengujian Hipotesis 83](#_Toc102099806)

[4.4.3. Pengujian Koefisien Rank Spearman 85](#_Toc102099807)

[4.4.4. Pengujian Koefisien Determinasi 86](#_Toc102099808)

[4.5. Hambatan dan Penanggulangan Promosi Words Treatment Departement 87](#_Toc102099809)

[4.5.1. Hambatan dalam pelaksanaan Promosi Words Treatment Departement 88](#_Toc102099810)

[4.5.2. Penanggulangan Hambatan Promosi Words Treatment Departement 88](#_Toc102099811)

[BAB V](#_Toc102099812) [KESIMPULAN DAN SARAN 90](#_Toc102099813)

[**5.1. Kesimpulan** 90](#_Toc102099814)

[**5.2. Saran** 92](#_Toc102099815)

[DAFTAR PUSTAKA 94](#_Toc102099816)

[DAFTAR LAMPIRAN 96](#_Toc102099817)