

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
PERNYATAAN.....	ii
MOTTO.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Kegunaan Penelitian.....	7
1.5 Lokasi dan Lamanya Penelitian.....	8
1.5.1 Lokasi.....	8
1.5.2 Lamanya Penelitian.....	9
BAB II.....	12
TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERFIKIR.....	12
2.1 Pengertian Administrasi.....	12
2.1.1 Administrasi Bisnis.....	13
2.2 Pemasaran.....	14
2.2.1 Pengertian Pemasaran.....	14
2.2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	15
2.2.3 Bauran Pemasaran.....	16
2.2.4 Tujuan Pemasaran.....	17
2.3 Promosi.....	18

2.3.1	Pengertian Promosi	18
2.3.2	Bauran Promosi	18
2.3.3	Promosi Penjualan	20
2.3.4	Tujuan Promosi	20
2.4	Keputusan Pembelian	22
2.4.1	Pengertian Keputusan Pembelian	22
2.4.2	Tahap-tahap Keputusan Pembelian	23
2.5	Hubungan Promosi dan Keputusan Pembelian	25
2.6	Penelitian Terdahulu	25
2.7	Kerangka Berfikir	29
2.8	Hipotesis	32
BAB III.....		34
METODE PENELITIAN.....		34
3.1	Metode Penelitian.....	34
3.1.1	Paradigma Penelitian	34
3.1.2	Metode Penelitian yang digunakan	35
3.2	Variabel Penelitian dan Operasionalisasi Variabel	36
3.2.1	Variabel Penelitian	36
3.2.2	Operasionalisasi Variabel.....	37
3.3	Teknik Pengumpulan Data	39
3.3.1	Data Primer	39
3.3.2	Data Sekunder	43
3.4	Teknik Analisis Data	43
3.4.1	Uji Validitas Instrumen	44
3.4.2	Uji Reliabilitas Instrumen	45
3.4.3	Analisis Regresi Linier Sederhana	46
3.4.4	Analisis Korelasi Rank Spearman.....	47
3.4.5	Analisis Koefisien Determinasi.....	48
3.4.6	Uji Hipotesis.....	49
BAB IV		51
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		51
4.1	Gambaran Umum Perusahaan	51
4.1.1	Sejarah Singkat d'Sruput (Pengelola PT.SBA).....	51
4.1.2	Visi, Misi, Budaya Berpikir, Budaya Kerja d'Sruput	51

4.1.3	Struktur Organisasi dan Uraian Tugas	54
4.1.4	Karakteristik Responden	60
4.2	Pelaksanaan Promosi dan Keputusan Pembelian Pada Produk Minuman D'Sruput	62
4.2.1	Pelaksanaan Promosi	62
4.2.2	Pelaksanaan Keputusan Pembelian	80
4.3	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	95
4.3.1	Pengujian Instrumen Penelitian	95
4.3.2	Uji Validitas Instrumen	95
4.3.3	Uji Reliabilitas Instrumen	98
4.3.4	Analisis Regresi Linier Sederhana	100
4.3.5	Koefisien Korelasi Rank Spearman	101
4.3.6	Analisis Koefisien determinasi (r^2)	103
4.3.7	Uji Hipotesis	105
4.4	Hambatan dan Upaya penanggulangan dalam promosi pada produk minuman D'Sruput	106
BAB V		109
KESIMPULAN DAN SARAN		109
5.1	Kesimpulan	109
5.2	Saran	111
DAFTAR PUSTAKA		112
LAMPIRAN - LAMPIRAN		114