

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>iv</b>
<b>RINGKESAN.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTARAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	6
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	6
1.3.1. Tujuan Penelitian.....	6
1.3.2. Kegunaan Penelitian.....	7
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>8</b>
2.1. Kajian Pustaka.....	8
2.1.1. Review Penelitian Sejenis.....	8
2.1.2. Kerangka Konseptual .....	13
2.1.3. Kerangka Teoritis.....	46
2.2. Kerangka Pemikiran .....	50
2.3. Hipotesis .....	51
<b>BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>53</b>

3.1. Objek Penelitian dan Metode Penelitian.....	53
3.1.1. Objek Penelitian .....	53
3.1.2. Metode Penelitian.....	54
3.2. Variabel Penelitian dan Operasional Variabel .....	54
3.2.1. Variabel Penelitian .....	54
3.2.2. Operasional Variabel .....	56
3.3. Populasi dan Teknik Sampling.....	58
3.3.1. Populasi.....	58
3.3.2. Teknik Sampling .....	58
3.4. Jenis Data dan Prosedur Pengumpulan Data .....	59
3.4.1. Jenis Data .....	59
3.4.2. Prosedur Pengumpulan Data.....	60
3.5. Rancangan Analisis Data dan Uji Validitas dan Realibilitas Data.....	62
3.5.1. Rancangan Analisis Data .....	62
3.5.2. Uji Validitas dan Realibilitas Data.....	67
3.6. Lokasi Penelitian .....	70
3.7. Jadwal Penelitian .....	70
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>72</b>
4.1. Hasil Penelitian.....	72
4.1.1. Identitasi Responden.....	72
4.1.1. Hasil Uji Validitas dan Realibilitas.....	73
4.1.2. Deskripsi Dimensi – Dimensi Komunikasi Pemasaran.....	80
4.1.3. Deskripsi Dimensi – Dimensi Minat Beli .....	102

4.1.4. Perhitungan Sub Harga Variabel.....	115
4.1.5. Pembahasan Komunikasi Pemasaran Terhadap Minat Belanja.....	130
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>127</b>
5.1. Kesimpulan .....	127
5.2. Saran .....	128
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>130</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Kategori Barang Jasa Paling Diminati .....	3
Gambar 2.1. Unsur – Unsur Komunikasi .....	16
Gambar 2.2. Tahapan Proses Pembelian Konsumen .....	37
Gambar 2.3. Logo Pass The Trend .....	41
Gambar 2.4. <i>Struktur Organisasi Pass The Trend</i> .....	43
Gambar 2.5. Marketing Mix.....	46
Gambar 2.6. Kerangka Pemikiran .....	50
Gambar 3.1. Diagram Jalur .....	63
Gambar 3.2. Diagram Parsial .....	64
Gambar 4.1. Besarnya Pengaruh Variabel X dan Y .....	117
Gambar 4.2. Besarnya Pengaruh Dimensi X1, X2, X3 dan X4.....	121

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Review Penelitian Sejenis .....	11
Tabel 3.1. Operasional Variabel.....	56
Tabel 3.2. Bobot Nilai Pertanyaan.....	62
Tabel 3.3. Jadwal Penelitian.....	71
Tabel 4.1. Kategori Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	72
Tabel 4.2. Kategori Responden Berdasarkan Usia .....	73
Tabel 4.3. Hasil Uji Validitas Variabel (X) .....	76
Tabel 4.4. Hasil Uji Validitas Variabel (Y) .....	77
Tabel 4.5. Hasil Uji Realibilitas Instrumen.....	79
Tabel 4.6. Variasi Produk .....	82
Tabel 4.7. Produk Sesuai Kebutuhan .....	83
Tabel 4.8. Kualitas Produk.....	85
Tabel 4.9. Desain Produk.....	86
Tabel 4.10 Penentuan Harga .....	88
Tabel 4.11. Diskon Yang Diberikan.....	90
Tabel 4.12 Harga Yang Terjangkau.....	91
Tabel 4.13. Keterjangkauan Lokasi.....	93
Tabel 4.14. Sistem Distribusi Lancar .....	95
Tabel 4.15. Lokasi dan Tempat Parkir.....	96

Tabel 4.16. Promosi Melalui Media Sosial.....	98
Tabel 4.17. Penjualan Online dan Offline.....	100
Tabel 4.18. Promosi Secara Langsung .....	101
Tabel 4.19. Rasa Suka Pada Produk .....	104
Tabel 4.20. Pertimbangan Merek .....	105
Tabel 4.21. Mengetahui Kualitas Produk .....	105
Tabel 4.22. Keinginan Merekomendasikan Produk .....	107
Tabel 4.23. Motivasi Dalam Pembelian .....	108
Tabel 4.24. Pengorbanan Dalam Pembelian.....	109
Tabel 4.25. Keingintahuan Produk.....	110
Tabel 4.26. Keinginan Tinggi Dalam Pembelian .....	111
Tabel 4.27. Kepuasan Pembelian .....	112
Tabel 4.28. Keinginan Memperoleh Produk.....	113
Tabel 4.29. Rasa Puas Konsumen .....	114
Tabel 4.30. Koefisien Korelasi Multipel .....	115
Tabel 4.31. Nilai – nilai Koefisien Jalur .....	116
Tabel 4.32. Koefisien Korelasi Multipel .....	118
Tabel 4.33. Nili – nilai Koefisien Jalur.....	119
Tabel 4.34. Rekapitulasi X1, X2, X3 dan X4 Terhadap Y.....	128

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran 1.</b> Kuesioner Penelitian.....	133
<b>Lampiran 2.</b> Riwayat Hidup .....	141
<b>Lampiran 3.</b> Surat Pernyataan.....	143
<b>Lampiran 4.</b> Hasil Uji Validitas .....	144