

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL		i
HALAMAN PENGESAHAN		ii
HALAMAN PERNYATAAN.....		iii
ABSTRAK.....		iv
ABSTRACT.....		v
KATA PENGANTAR.....		vi
DAFTAR ISI		viii
DAFTAR TABEL.....		xi
DAFTAR GAMBAR.....		xii
BAB I	PENDAHULUAN	1
	1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	1
	1.1.1 Sejarah Perusahaan.....	1
	1.1.2 Logo dan Makna Logo.....	2
	1.1.3 Jenis-Jenis Produk Dapur Bebek	2
	1.1.4 Visi dan Misi Perusahaan.....	4
	1.1.5 Struktur Organisasi	4
	1.2 Latar Belakang.....	6
	1.3 Perumusan Masalah.....	10
	1.4 Tujuan Penelitian.....	10
	1.5 Manfaat Penelitian.....	11
	1.5.1 Manfaat Praktis	11
	1.5.2 Manfaat Akademis	11
	1.6 Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir	11
BAB II	TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	
	2.1 Rangkuman Teori.....	13
	2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	13
	2.1.2 Bauran Pemasaran	13
	2.1.3 Bauran Promosi	14
	2.1.4. Promosi Penjualan	15
	2.1.4.1 Dimensi Promosi Penjualan	16
	2.1.5 Persepsi.....	18

	2.2 Penelitian Terdahulu	19
	2.3 Kerangka Penelitian	23
BAB III	METODE PENELITIAN	26
	3.1 Jenis Penelitian.....	26
	3.2 Variabel Penelitian	26
	3.2.1 Variabel Operasional	27
	3.3 Skala Operasional.....	29
	3.4 Tahapan Penelitian	30
	3.5 Populasi dan sampel	31
	3.5.1 Populasi	31
	3.5.2 Sampel	31
	3.5.3 Teknik Sampling.....	32
	3.6 Metode Pengumpulan Data	33
	3.6.1 Sumber Data	33
	3.6.2 Metode Pengumpulan Data	33
	3.7 Uji Validitas, Reliabilitas, dan Normalitas.....	34
	3.7.1 Uji Validitas	34
	3.7.2 Uji Reliabilitas	35
	3.7.3 Uji Normalitas	35
	3.8 Teknik Analisis Data	35
	3.8.1 Analisis Deskriptif	35
	3.9 Peranan Nilai	37
	3.10 Definisi Sumber Data	37
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
	4.1 Pelaksanaan Promosi Penjualan Pada Dapur Bebek Bojongsoang Bandung.....	39
	4.2 Promosi Penjualan Menurut Persepsi Konsumen Dapur Bebek Bojongsoang Bandung.....	40
	4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
	4.2.2 Karakteristik Responden Usia.....	41
	4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	42
	4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	43

		43
	4.3 Pengujian Data.....	43
	4.3.1 Analisis Validitas dan Reliabilitas.....	43
	4.3.2 Uji Normalitas.....	46
	4.3.3 Analisis Deskriptif Variabel Promosi Penjualan.....	46
	4.4 Jumlah Rata-Rata Presentase Variabel Promosi Penjualan.....	53
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	55
	5.1 Kesimpulan.....	55
	5.2 Saran.....	55
	5.2.1 Bagi Perusahaan.....	55
	5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya.....	56
	DAFTAR PUSTAKA.....	57
	LAMPIRAN.....	59