

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Perusahaan	1
1.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan DUNKIN DONUTS	1
1.1.2 Varian produk Dunkin' Donuts.....	2
1.1.3 Harga	2
1.1.4 Logo	3
1.2 Latar Belakang Penelitian	3
1.3 Perumusan Masalah.....	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Kegunaan Penelitian.....	10
1.5.1 Kegunaan Teoritis	10
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	11
1.6 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	12
2.1 Tinjauan Pustaka	12
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	12
2.1.2 Pengertian Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	13
2.1.3 Pengertian Promosi	16
2.1.4 Bauran Promosi	16
2.1.5 Keputusan Pembelian.....	19

2.1.6	Pengaruh Bauran Promosi terhadap Keputusan Pembelian	21
2.2	Penelitian Terdahulu.....	22
2.3	Kerangka Pemikiran	37
2.4	Hipotesis Penelitian	40
2.5	Ruang Lingkup Penelitian	41
BAB III	METODE PENELITIAN	42
3.1	Jenis Penelitian.....	42
3.2	Variabel Penelitian, Variabel Operasional dan Skala Pengukuran	43
3.2.1	Variabel Penelitian	43
3.2.2	Variabel Operasional.....	44
3.2.3	Skala Pengukuran	46
3.3	Tahapan Penelitian	47
3.4	Populasi dan Sampel	49
3.4.1	Populasi	49
3.4.2	Sampel.....	50
3.4.3	Teknik Sampling	50
3.5	Pengumpulan Data	51
3.5.1	Jenis Data	51
3.5.2	Teknik Pengumpulan Data	51
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas	52
3.6.1	Uji Validitas	52
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	55
3.7	Teknik Analisis Data	57
3.7.1	Analisis Deskriptif.....	57
3.7.2	Method of Successive Interval (MSI)	59
3.7.3	Uji Asumsi Klasik	60
3.7.4	Analisis Regresi Linier Sederhana	62
3.7.5	Pengujian Hipotesis.....	62
3.7.6	Koefisien Determinasi.....	63
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	64
4.1	Karakteristik Responden	64
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64

4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	65
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	66
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	67
4.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	68
4.2	Hasil Penelitian.....	69
4.2.1	Analisa Deskriptif	69
4.2.2	Tanggapan Responden Mengenai Bauran Promosi (X).....	69
4.2.3	Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian (Y) ..	79
4.3	Transformasi Data Ordinal Menjadi Interval	82
4.4	Uji Asumsi Klasik	83
4.5	Analisis Regresi Linier Sederhana	85
4.6	Uji Hipotesis	87
4.6.1	Uji t.....	87
4.6.2	Koefisien Determinasi (R^2)	88
4.7	Pembahasan Hasil Penelitian	89
4.7.1	Bauran Promosi Pada Dunkin'Donuts Bandung.....	89
4.7.2	Keputusan Pembelian pada Dunkin'Donuts Bandung (Y)	90
4.7.3	Pengaruh Variabel Bauran Promosi (X) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	91
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		93
5.1	Kesimpulan	93
5.2	Saran	93
5.2.1	Bagi Perusahaan	94
5.2.2	Bagi Peneliti Selanjutnya	94
DAFTAR PUSTAKA		95
LAMPIRAN.....		97