

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PENGESAHAN	
ABSTRAKSI.....	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR ISTILAH.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	I-1
1.2 Perumusan Masalah.....	I-3
1.3 Tujuan Penelitian.....	I-3
1.4 Manfaat Penelitian.....	I-4
1.5 Batasan Masalah.....	I-4
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Profil PT. NUBEE SYSTEM.....	II-1
2.2 Pemasaran.....	II-1
2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	II-2
2.2.2 Pengertian Dan Strategi Promosi.....	II-7
2.2.3 Variabel – Variabel Promosi.....	II-10
2.2.4 Tahap-tahap Pelaksanaan Promosi.....	II-11
2.3 Definisi Perilaku Konsumen.....	II-15
2.4 Pentingnya Perilaku Konsumen.....	II-15
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Model Konseptual.....	III-1
3.2 Sistematika Pemecahan Masalah.....	III-3
3.2.1 Tahap Identifikasi Awal Penelitian.....	III-4
3.2.1.1 Studi Pendahuluan.....	III-4
3.2.1.2 Perumusan Masalah.....	III-4
3.2.1.3 Studi Pustaka.....	III-4
3.2.1.4 Penetapan Tujuan Penelitian.....	III-4

3.2.2 Tahap Pengumpulan Data.....	III-4
3.2.2.1 Penentuan Metode Pengumpulan Data.....	III-4
3.2.2.2 Perancangan Kuesioner.....	III-5
3.2.2.3 Identifikasi Responden.....	III-5
3.2.2.4 Penyebaran Kuesioner.....	III-5
3.2.3 Tahap Pengolahan Data.....	III-5
3.2.4 Tahap Analisis.....	III-6
3.2.5 Kesimpulan dan Saran.....	III-6

BAB IV PENGOLAHAN DATA

4.1 Pengumpulan Data Responden.....	IV-1
4.1.1 Data Primer.....	IV-1
4.1.2 Data Sekunder.....	IV-2
4.2 Variabel Penelitian.....	IV-2
4.3 Pengolahan Data.....	IV-3
4.3.1 Pengkodean Kuesioner.....	IV-3
4.3.2 Uji Validitas.....	IV-3
4.3.3 Uji Reliabilitas.....	IV-3
4.3.4 Pengolahan Data Pengukuran Efektivitas.....	IV-4
4.3.4.1. Frekuensi.....	IV-5
4.3.4.2. Tabulasi Silang.....	IV-6
4.4 Pengolahan Data Untuk Responden Umum.....	IV-8
4.4.1 Variabel Penelitian Responden Umum.....	IV-8
4.4.2 Frekuensi.....	IV-9
4.4.3 Tabulasi Silang.....	IV-10

BAB V ANALISIS

5.1 Tingkat Efektivitas Program Promosi Software LBA.....	V-1
5.2 Attention.....	V-2
5.2.1 Analisis Variabel Yang Memiliki Kategori Hubungan Sangat Erat..	V-3
5.3 Interest.....	V-4
5.3.1. Analisis Variabel Yang Memiliki Kategori Hubungan Sangat Erat..	V-7
5.3.2. Analisis Variabel yang Memiliki Kategori Hubungan Cukup Erat	V-7
5.4 Desire.....	V-7
5.4.1. Analisis Variabel Yang Memiliki Kategori Hubungan Sangat Erat..	V-9
5.5 Action.....	V-10
5.6 Model Bisnis.....	V-10
5.7 Analisis AIDA Untuk Responden Umum.....	V-11
5.7.1. Attention.....	V-12
5.7.2. Interest.....	V-13
5.7.3. Desire.....	V-14
5.7.4. Action.....	V-15
5.7.5. Pendapat Keseluruhan.....	V-15

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1	Kesimpulan.....	VI-1
6.2	Saran.....	VI-1

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN