

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Persetujuan.....	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.....	1
1.1.1 Visi dan Misi Telkomsel	4
1.1.2 Produk Telkomsel.....	4
1.1.3 Berlayanan Telkomsel TCASH.....	5
1.2 Latar Belakang Penelitian	9
1.3 Perumusan Masalah	15
1.4 Tujuan Penelitian	16
1.5 Kegunaan Penelitian.....	16
1.5.1 Aspek Teoritis	16
1.5.2 Aspek Praktis.....	16
1.6 Sistematika Penelitian	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	18
2.1 Rangkuman Teori.....	18
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	18
2.1.2 Bauran Pemasaran	18
2.1.3 Bauran Promosi	20
2.1.4 Promosi Penjualan	22
2.1.5 Keputusan Pembelian	25

2.2 Penelitian Terdahulu	30
2.3 Kerangka Pemikiran.....	34
BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1 Jenis Penelitian.....	35
3.2 Variabel Operasional.....	35
3.3 Skala Operasional.....	38
3.4 Tahapan Penelitian	39
3.5 Populasi dan Sampel	41
3.5.1 Populasi	41
3.5.2 Sampel	41
3.5.3 Teknik Sampling	43
3.6 Metode Pengumpulan Data	43
3.6.1 Sumber Data	43
3.6.2 Teknik Pengumpulan Data	44
3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas	45
3.7.1 Uji Validitas	45
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	47
3.8 Teknik Analisis Data	48
3.8.1 Analisis Deskriptif.....	48
3.8.2 Uji Normalitas	50
3.8.3 Analisis Regresi Linier Sederhana	51
3.8.4 Uji t.....	51
3.8.5 Uji F.....	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	54
4.1 Karakteristik Responden	54
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	55
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku Perbulan	55
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas.....	56
4.1.5 Angkatan	57

4.2 Hasil Penelitian	58
4.2.1 Analisis Deskriptif.....	58
4.2.2 Uji Normalitas	63
4.2.3 Pengaruh Promosi Penjualan dan Keputusan Pembelian	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	69
5.1 Kesimpulan	69
5.2 Saran.....	69
5.2.1 Bagi Perusahaan	69
5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya	70
Daftar Pustaka	71
Lampiran	