

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1. Profil Perusahaan.....	1
1.1.2. Visi dan Misi	4
1.1.3. Bidang Usaha	4
1.2. Latar Belakang	5
1.3. Perumusan Masalah	9
1.4. Tujuan Penelitian	9
1.5. Manfaat Penelitian	10
1.6. Sistematika Penelitain	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1. Landasan Teori.....	12
2.1.1. Manajemen Pemasaran	12
2.1.2. Pemasaran	12
2.1.3. Jasa	13
2.1.3. Bauran Promosi (<i>Promotion Mix</i>)	13
2.1.4. <i>Sales Promotion</i>	13
2.1.5. <i>Bundling</i>	15
2.1.6. Penciptaan Nilai dari <i>Bundling</i>	15
2.1.7. Minat Beli	16
2.1.8. Hubungan Antar Variabel	18

2.2. Penelitian Terdahulu	20
2.3. Kerangka Pemikiran	24
2.4. Hipotesis Penelitian.....	26
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1. Jenis Penelitian	27
3.2. Variabel Operasional	27
3.2.1. Skala Operasional	33
3.3. <i>Method of Successive Interval</i> (MSI)	35
3.4. Tahapan Penelitian	36
3.5. Populasi Sampel	37
3.5.1. Populasi	37
3.5.2. Sampel	38
3.5.3. Teknik Sampling	39
3.6. Pengumpulan Data	39
3.6.1. Sumber Data	39
3.6.2. Metode Pengumpulan Data	40
3.7. Uji Validitas dan Realibilitas	41
3.7.1. Uji Validitas	41
3.7.2. Uji Realibilitas	42
3.8. Teknik Analisis Data	42
3.8.1. Analisis Deskriptif	43
3.8.2. Uji Normalitas	45
3.8.3. Uji Koefisien Determinasi (<i>R Square</i>)	46
3.8.4. Analisis Regresi Linier Sederhana	46
3.9. Pengujian Hipotesis	47
3.9.1. Uji F	47
3.9.2. Uji t	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
4.1. Karakteristik Responden	49
4.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	49
4.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50

4.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	51
4.1.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	52
4.2. Hasil Penelitian	52
4.2.1. Uji Validitas	52
4.2.2. Uji Reliabilitas	54
4.2.3. Analisis Deskriptif	55
4.2.4. Uji Normalitas	61
4.2.5. Analisis Regresi Linier Sederhana	62
4.3. Hipotesis	64
4.3.1. Uji t	64
4.3.2. Uji F	65
4.3.3. Koefisien Determinasi	65
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	67
5.1. Kesimpulan	67
5.2. Saran	68
5.2.1. Saran Bagi Perusahaan	68
5.2.2. Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	69

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.2. Data Konsumen Yang Menggunakan Jasa Bee <i>Human Training Consultant</i> Tahun 2014-2016.....	8
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1. Variabel Operasional	28
Tabel 3.2. Desain Skala Likert	35
Tabel 3.3. Presentase Kategori	44
Tabel 4.1. Tabel Validitas Variabel X	53
Tabel 4.2. Tabel Validitas Variabel Y	54
Tabel 4.3. Uji Reliabilitas Variabel X	55
Tabel 4.4. Uji Reliabilita Variabel Y	55
Tabel 4.5. Analisis Variabel Strategi <i>Bundling</i> (X)	56
Tabel 4.6. Analisis Variabel Minat Beli (Y)	59
Tabel 4.7. Uji Normalitas	61
Tabel 4.8. Koefisien Regresi	63
Tabel 4.9. Uji F	64
Tabel 4.10. Uji t	65
Tabel 4.11. Hasil Uji R <i>Square</i>	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Logo PT. HPI	2
Gambar 1.2. Struktur Organisasi PT. HPI.....	3
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran	26
Gambar 3.1. Tahapan Penelitian	36
Gambar 3.2. Presentase Garis Kontinum	45
Gambar 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	49
Gambar 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Kelamin	50
Gambar 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	51
Gambar 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	52
Gambar 4.5. Garis Kontinum Strategi <i>Bundling</i> (X)	58
Gambar 4.6. Garis Kontinum Minat Beli (Y)	60
Gambar 4.7. Uji Normalitas	62