

DAFTAR ISI

Halaman Sampul	i
Halaman Pengesahan	ii
Halaman Pernyataan.....	iii
Abstrak	iv
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi.....	viii
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar.....	xii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Sejarah Perusahaan.....	1
1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	3
1.1.3 Latar Belakang	3
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Kegunaan Penelitian.....	9
1.5 Sitematika Penulisan	9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Rangkuman Teori	11
2.1.1 Ruang lingkup Pemasaran	11
2.1.2 Pengertian Bauran Promosi	13
2.1.3 Bentuk-bentuk <i>Direct Marketing</i>	14
2.1.4 <i>Online Marketing</i>	16
2.1.5 Keputusan Pembelian.....	18
2.1.6 Hubungan <i>Online Marketing Tools</i> terhadap keputusan pembelian.....	20

2.2 Penelitian Terdahulu.....	21
2.3 Kerangka Pemikiran	24
2.4 Hipotesis Penelitian	25

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian.....	27
3.1.1 Jenis Data	28
3.1.2 Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.1.3 Skala Pengukuran.....	29
3.2 Populasi dan sampel.....	30
3.2.1 Populasi.....	30
3.2.2 Sampel dan Teknik sampling.....	30
3.3 Variabel Operasional.....	31
3.4 Teknik Pengolahan Data	35
3.5 Metode Analisis Data.....	39
3.5.1 Analisis Deskriptif	40
3.6 Teknik Analisis Data.....	41
3.6.1 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	41
3.6.2 Pengujian Hipotesis	43

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian	46
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian	49
4.2.1 Uji Normalitas	49
4.3 Metode Analisis Data.....	50

4.3.1 Analisis Deskriptif.....	50
4.3.2 Analisis Variabel Keputusan Pembelian	56
4.4 Analisis Regresi Linier Sederhana	58

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	63
5.2 Saran.....	64
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan	64
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	65

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN