

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan Traveloka	1
1.2 Fitur-Fitur Traveloka.....	3
1.3 Latar Belakang	4
1.4 Perumusan Masalah	7
1.5 Pertanyaan Penelitian	8
1.6 Tujuan Penelitian	8
1.7 Manfaat Penelitian.....	8
1.7.1 Aspek Akademis.....	8
1.7.2 Aspek Praktis.....	9
1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	9
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Tinjauan Pustaka	10
2.1.1 Manajemen Pemasaran	10
2.1.2 Bauran Pemasaran	13

2.1.3	Promosi Penjualan.....	16
2.1.4	Proses Keputusan Pembelian	18
2.1.5	Hubungan Antara Promosi Penjualan dengan Proses Keputusan Pembelian.....	20
2.1.6	Penelitian Terdahulu.....	22
2.2	Kerangka Pemikiran.....	26
2.3	Hipotesis Penelitian.....	27
BAB 3	METODE PENELITIAN.....	28
3.1	Jenis Penelitian.....	28
3.2	Operasional Variabel.....	29
3.2.1	Jenis Variabel	29
3.2.2	Operasional Variabel.....	29
3.2.3	Skala Pengukuran.....	35
3.3	Tahapan Penelitian	35
3.4	Populasi dan Sampel	38
3.4.1	Populasi	38
3.4.2	Sampel	38
3.5	Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.5.1	Jenis Data.....	39
3.5.2	Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas	40
3.6.1	Uji Validitas	40
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	42
3.7	Teknik Analisis Data.....	43
3.7.1	Analisis Deskriptif	43
3.7.2	Uji Method Successive Interval (MSI).....	44
3.7.3	Uji Asumsi Klasik	45
3.7.4	Analisis Regresi Linear Berganda	46
3.7.5	Koefisien Korelasi dan Determinasi	46
3.8	Uji Hipotesis.....	47

3.8.1 Uji T	47
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Karakteristik Responden	49
4.2 Hasil Penelitian	51
4.2.1 Persepsi Responden Mengenai Promosi Penjualan	52
4.2.2 Persepsi Responden Mengenai Proses Keputusan Pembelian (Y)	58
4.2.3 Uji <i>Method Successive Interval</i> (MSI)	64
4.2.4 Uji Asumsi Klasik	64
4.2.5 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	67
4.2.6 Hasil Analisis Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi	68
4.2.7 Hasil Uji Hipotesis	69
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	71
4.3.3 Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Proses Keputusan Pembelian Tiket Pesawat di <i>Website</i> Traveloka Pada Masyarakat Kota Depok	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	75
5.1 Kesimpulan	75
5.2 Saran	77
5.2.1 Saran Akademis	77
5.2.2 Saran Praktis	77
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN	83