

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, taufik serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan judul **“Pengaruh Bauran Promosi Primagama English Sarijadi Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Pada “Student” (Studi di Primagama English Sarijadi Bandung)”**.

Penulis menyadari bahwa banyak pihak yang terlibat dalam penyelesaian tugas akhir ini. Pada Kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Drs. Dadang Iskandar, MM selaku pembimbing yang telah bersedia dan meluangkan waktunya untuk memberikan pengarahan dan petunjuk kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Orang tua penulis, Drs. H. Sadili Samsudin, MBA., MM dan Hj. Susilawati (Alm) atas doa dan dukungannya.
3. Rektor, Dekan, Dosen dan segenap Civitas Akademika Institut Manajemen Telkom
4. Bapak Ir.Toto Huntooro selaku pemilik Primagama English Sarijadi yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian.
5. Mrs. Chriselia NJ Limbong, S.IP., MBA selaku kepala cabang Primagama English Sarijadi yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan informasi.
6. Seluruh karyawan dan *student* Primagama English Sarijadi atas kerjasamanya.
7. Teman-teman seperjuangan Kelas F MBTI 2009 yang telah bersama-sama menjadi teman bertukar pikiran, serta memberi berbagai masukan.

8. Seluruh pihak yang tanpa mengurangi rasa hormat tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terima kasih atas bantuan dan dukungan selama penyusunan tugas akhir ini.

Semoga tugas akhir ini bermanfaat bagi seluruh pembaca dan dapat dijadikan masukan bagi semua pihak yang berkepentingan. Penulis menyadari tugas akhir ini masih jauh dari kesempurnaan sehingga masih memiliki keterbatasan dan kekurangan. Untuk itu penulis dengan kerendahan hati menerima saran dan masukan yang membangun untuk perbaikan di masa mendatang.

Bandung, Januari 2013

Adhi Prassetyo

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	iv
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	viii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	x
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1.....	Ga
mbaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1.....	Pro
fil Perusahaan.....	1
1.1.2.....	Visi
dan Misi.....	5
1.2.....	Lat
ar Belakang Penelitian.....	6
1.3.....	Per
umusan Masalah.....	13
1.4.....	Tuj
uan Penelitian.....	13
1.5.....	Keg
unaan Penelitian.....	14
1.6.....	Sist
ematika Penulisan Tugas Akhir.....	14
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN</b> .....	16

2.1.....	Pe
masaran Jasa .....	16
2.1.1.....	Def
inisi Pemasaran .....	16
2.1.2.....	Def
inisi Jasa .....	16
2.2.....	Bau
ran Promosi .....	17
2.2.1 .....	Def
inisi Bauran Promosi.....	17
2.2.2 .....	Uns
ur – Unsur Bauran Promosi.....	18
a. ....	Ad
vertising .....	18
b. ....	Dir
ect Marketing .....	22
c. ....	Inte
ractive/Internet Marketing .....	25
d. ....	Sal
es Promotion .....	27
e. ....	Pub
licity/Public Relations .....	28
f. ....	Per
sonal Selling.....	30
2.3.....	Kep
utusan Pembelian Jasa .....	32

2.3.1 .....	Def	
inisi Keputusan Pembelian .....		32
2.3.2 .....	Tip	
e-Tipe Perilaku Keputusan Pembelian .....		32
a. ....	Co	
mplex Buying Behavior .....		33
b. ....	Dis	
sonnance-Reducing Buying Behavior .....		34
c. ....	Hab	
itual Buying Behavior .....		34
d. ....	Var	
iety-Seeking Buying Behavior .....		34
2.3.3 .....	Pro	
ses Keputusan Pembelian .....		34
a. ....	Ne	
d Recognition .....		35
b. ....	Info	
rmation Search .....		35
c. ....	Eva	
luation of Alternatives .....		36
d. ....	Pur	
chase Decision .....		37
e. ....	Pos	
t-Purchase Behavior .....		37
2.4. ....	Pen	
elitian Terdahulu .....		38

2.4.1.....	Kar
ya Ilmiah.....	38
2.4.2.....	Jur
nal Nasional.....	43
2.4.3.....	Jur
nal Internasional .....	46
2.5.....	Ker
angka Pemikiran .....	49
2.6.....	Hip
otesis .....	53
2.7.....	Rua
ng Lingkup Penelitian .....	53
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>55</b>
3.1.....	Jeni
s Penelitian .....	55
3.2.....	Var
iabel Operasional .....	55
3.3.....	Ska
la Pengukuran .....	62
3.4.....	Tah
apan Penelitian .....	63
3.5.....	Pop
ulasi dan Sampel.....	63
3.5.1.....	Pop
ulasi .....	63
3.5.2.....	Sa
mpel.....	64

3.5.3.....	Tek
nik Pengambilan Sampel.....	64
3.6.....	Pen
gumpulan Data .....	65
3.7.....	Uji
Validitas dan Reliabilitas .....	65
3.7.1.....	Uji
Validitas .....	65
3.7.2.....	Uji
Reliabilitas.....	68
3.8.....	Tek
nik Analisis Data .....	69
3.8.1.....	Tek
nik Analisis Deskriptif .....	70
3.8.2.....	Uji
Asumsi Klasik .....	71
3.8.3.....	Ana
lisis Jalur.....	74
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>83</b>
4.1.....	Kar
akteristik Responden.....	83
4.1.1.....	Kar
akteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	83
4.1.2.....	Kar
akteristik Responden Berdasarkan Jarak Tempat Tinggal .....	84

4.1.3.....	Kar
akteristik Responden Berdasarkan Penghasilan .....	86
4.2.....	Ana
lisis Deskriptif .....	87
4.2.1.....	Ana
lisis Deskriptif Bauran Promosi.....	87
4.2.2.....	Ana
lisis Deskriptif Keputusan Pembelian Jasa .....	106
4.3.....	Uji
Asumsi Klasik .....	112
4.3.1.....	Uji
Multikolinieritas .....	112
4.3.2.....	Uji
Heteroskedastisitas.....	113
4.3.3.....	Uji
Normalitas .....	114
4.3.4.....	Uji
Linearitas .....	115
4.4.....	Ana
lisis Jalur .....	116
4.5.....	Ana
lisis Jalur (Uji Trimming) .....	135
4.6.....	Pe
mbahasan Hasil Penelitian .....	148
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>154</b>



5.1.....	Kes
impulan .....	154
5.2.....	Sar
an .....	155
5.2.1 Saran Bagi Primagama English Sarijadi .....	155
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya .....	155
5.2.3 Saran Bagi Institut Manajemen Telkom .....	156
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>157</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>163</b>