

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Allah SWT. Yang atas berkat rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir yang berjudul **“Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mitsubishi Pajero Sport (Studi Kasus di PT. Srikandi Diamond Motors Bandung)”**. Penyelesaian Laporan Tugas Akhir ini ditujukan untuk menyelesaikan pendidikan di Fakultas Ilmu Terapan, Universitas Telkom.

Tidak lupa penulis mengucapkan maaf karena Laporan Tugas Akhir ini masih jauh dari kesempurnaan sebagaimana pepatah mengatakan “Tiada gading yang tak retak” yang bermaksud tidak ada satu pun di dunia ini yang sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari semua pihak agar menjadikan laporan tugas akhir ini menjadi lebih baik lagi.

Dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir ini, penulis banyak mendapat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Yth Ibu Bethani selaku dosen pembimbing. Terima kasih atas kesediaannya meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dengan sabar untuk menukar ilmu, memberi bimbingan dan arahan serta nasihat yang berguna kepada penulis.
2. Yth ketua program studi Diploma 3 Manajemen Pemasaran, Bapak Ganjar Mohammad Disastra yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan keterampilan dengan penuh keikhlasan ketauladan dan kekeluargaan serta menuntun penulis dalam meraih ilmu dengan sarana dan prasarana belajar yang tersedia selama penulis mengikuti tugas belajar.
3. Bapak Sampurno Wibowo dan Bapak Dadang Iskandar yang telah memberikan ilmu dan motivasi yang sangat berguna untuk penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini dengan semangat yang tinggi.
4. Sekretariat Prodi D3 Manajemen Pemasaran yang telah ikut membantu dan memberikan kemudahan kepada penulis dalam menjalankan Laporan Tugas Akhir ini.
5. Secara khusus penulis sampaikan sembah sujud serta doa yang tulus kepada kedua orangtua penulis yaitu Drs H. M Taufan Ansyar dan Hj. Yenni Suharyani yang tidak pernah berhenti mendoakan penulis untuk selalu sehat walafiat selamat dan sukses dalam menempuh dan menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini.
6. Seluruh staff dan karyawan PT Srikandi Diamond Motors Bandung yang telah membantu penulis untuk menyelesaikan laporan ini.

7. Dan tak lupa penulis ucapkan kepada kedua saudara kandung, Muhammad Resha Yudistira dan Ananda Nur Yasyfa yang telah memberikan dukungan dan semangat agar dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini.
8. Kepada rekan-rekan dan sahabat penulis di bangku perkuliahan khususnya D-3 Manajemen Pemasaran A 2010 atas dukungan dan kebersamaannya selama ini.
9. Dewi Sartika yang terus memberi dukungan, bantuan dan doa untuk segera menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini.
10. Dan pihak-pihak lainnya yang tidak sempat penulis ucapkan secara satu persatu, terima kasih semuanya.

Akhirnya kepada-Nya juga penulis kembali menyandarkan segala harapan dan memohon ampunan atas segala kekhilafan dan kekurangan yang pernah penulis perbuat selama ini. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih dan semoga tugas akhir ini bermanfaat bagi semuanya.

Bandung, Agustus 2014

Penulis,

Febriansyah Rahman Wibisana

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Observasi.....	1
1.1.1 Sejarah Mitsubishi.....	1
1.1.2 Struktur Organisasi	2
1.1.3 Bidang Usaha dan Perkembangan Perusahaan.....	3
1.1.4 Visi dan Misi Perusahaan	3
1.2 Latar Belakang Objek Observasi	4
1.3 Perumusan Masalah	12
1.4 Tujuan Observasi	12
1.5 Kegunaan Observasi	12
1.6 Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir	13
BAB II RELEVANSI TEORI DAN PEMBAHASAN.....	14
2.1 Landasan Teori	14
2.1.1 Managemen Pemasaran	14
2.1.2 Komunikasi Pemasaran	14
2.1.3 Peranan Komunikasi Pemasaran	15
2.1.4 Model Komunikasi Pemasaran	15
2.1.5 <i>Integrated Marketing Communication</i>	16
2.1.6 Keputusan Pembelian	21
2.1.7 Proses Keputusan Pembelian	21
2.1.8 Pengaruh Komunikasi Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian.....	24
2.1.9 Kerangka Pemikiran	25
2.1.10 Penelitian Terdahulu	26

2.2 Metode Penelitian	28
2.2.1 Jenis Penelitian	28
2.2.2 Jenis Data	29
2.2.3 Teknik Pengumpulan Data	30
2.2.4 Populasi dan Sampel	30
2.2.5 Teknik Sampel	30
2.2.6 Jenis Skala	31
2.2.7 Variabel Operasional	32
2.2.8 Uji Data	33
2.2.9 Uji Asumsi Klasik	35
2.2.10 Regresi Berganda	36
2.2.11 Analisis Korelasi	37
2.2.12 Analisis Koefisien Determinasi	38
2.2.13 Pengujian Hipotesis	38
2.2.14 Analisis Deskriptif	41
2.3 Pembahasan	42
2.3.1 Pengujian Data	44
2.3.2 Uji Asumsi Klasik	49
2.3.3 Analisis Deskriptif.....	52
2.4 Analisis Regresi Berganda.....	57
2.5 Analisis Korelasi	58
2.6 Koefisien Determinasi	58
2.7 Pengujian Hipotesis	59
2.7.1 Pengujian Hipotesis secara Simultan (Uji F)	59
2.7.2 Pengujian Hipotesis secara Parsial (Uji t)	59
 BAB III KESIMPULAN DAN SARAN.....	 61
3.1 Kesimpulan.....	61
3.2 Saran.....	62
 DAFTAR PUSTAKA.....	 63
LAMPIRAN	65