

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi dan Pembatasan Masalah.....	7
1.2.1. Identifikasi masalah	8
1.2.2. Pembatasan masalah	8
1.3. Perumusan Masalah	9
1.4. Tujuan Penelitian	10
1.5. Manfaat Penelitian	10
1.5.1. Manfaat teoritis	11
1.5.2. Manfaat praktis.....	11
BAB II LANDASAN TEORI	12
2.1. Tinjauan Teori.....	12
2.1.1. <i>Advertising</i>	12
2.1.2. <i>Direct marketing</i>	16
2.1.3. Keputusan pembelian	19
2.1.4. Kepuasan pelanggan.....	23
2.2. Penelitian Terdahulu	26
2.3. Hubungan Antar Variabel.....	31
2.3.1. Hubungan <i>advertising</i> dengan keputusan pembelian	31
2.3.2. Hubungan <i>direct marketing</i> dengan keputusan pembelian.....	32
2.3.3. Hubungan <i>advertising</i> dengan kepuasan pelanggan	32
2.3.4. Hubungan <i>direct marketing</i> dengan kepuasan pelanggan	32
2.3.5. Hubungan keputusan pembelian dengan kepuasan pelanggan .	33
2.3.6. Hubungan <i>advertising</i> dengan kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian.....	33

2.3.7.	Hubungan <i>direct marketing</i> dengan kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian.....	33
2.4.	Hipotesis	34
2.5.	Model Penelitian.....	34
BAB III	METODE PENELITIAN	35
3.1.	Rancangan Penelitian	35
3.2.	Jenis Penelitian	35
3.3.	Jenis dan Sumber Data.....	36
3.3.1.	Jenis data.....	36
3.3.2.	Sumber data	36
3.4.	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	37
3.4.1.	Populasi	37
3.4.2.	Sampel	37
3.4.3.	Teknik pengambilan data.....	38
3.5.	Unit analisis	38
3.6.	Operasionalisasi Variabel	39
3.5.1.	<i>Advertising</i> (X1)	39
3.5.2.	<i>Direct marketing</i> (X2)	39
3.5.3.	Keputusan pembelian (Z).....	40
3.5.4.	Kepuasan pelanggan (Y).....	40
3.7.	Teknik Analisis Data	41
3.7.1.	Uji kualitas data	41
3.7.2.	Uji <i>intervening</i>	43
3.7.3.	Analisis koefisien determinasi	46
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	48
4.1	Hasil Penelitian.....	48
4.1.1	Karakteristik Responden	48
4.1.2	Uji Validitas	50
4.1.3	Uji Reliabilitas	52
4.1.4	Analisis Jalur	53
4.2	Pembahasan Hasil Penelitian	63
4.2.1.	Pengaruh <i>Advertising</i> terhadap Keputusan Pembelian	63
4.2.2	Pengaruh <i>Direct Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	64
4.2.3	Pengaruh <i>Advertising</i> terhadap Kepuasan Pelanggan	65
4.2.4	Pengaruh <i>Direct Marketing</i> terhadap Kepuasan Pelanggan	66
4.2.5	Pengaruh Keputusan Pembelian terhadap Kepuasan Pelanggan	66
4.2.6	Pengaruh <i>Advertising</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian	67
4.2.7	Pengaruh <i>Direct Marketing</i> terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian.....	68
4.3	Temuan Penelitian	69
4.4	Keterbatasan Penelitian	69

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	71
5.1 Kesimpulan	71
5.2 Saran	73
5.3 Implikasi Penelitian	74
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN.....	79