

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SIDANG	i
TANDA PENGESAHAN SIDANG	ii
UCAPAN TERIMAKASIH	iii
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	3
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Landasan Teori	6
2.1.1 <i>Marketing Communication</i>	6
2.1.2 Strategi pemasaran	6
2.1.3 <i>Content Marketing</i>	9
2.1.4 Promosi	10
2.1.4.1 Tujuan Promosi	10
2.1.4.2 Bauran Promosi	10
2.1.4.3 Promosi Penjualan	13
2.1.5 Harga	14
2.1.5.1 Persepsi Harga	15
2.1.5.2 Dimensi Harga	15
2.1.6 Keputusan Pembelian	16
2.1.6.1 Proses Keputusan Pembelian	17
2.1.6.2 Indikator Keputusan Pembelian	18
2.2 Kerangka Pemikiran	19
2.3 Hipotesis	20
2.4 Penelitian Terdahulu	21
BAB III METODE	22
3.1 Desain Penelitian	23
3.2 Populasi dan Sampel	25
3.2.1 Populasi	25
3.2.2 Sampel	25
3.2.3 Teknik pengambilan Sampel	26
3.3 Bahan Penelitian Dan Unit Analisis	26
3.4 Definisi Operasional Variabel	27
3.5 Teknik Pengumpulan Data	29

3.6 Validitas Dan Reliabilitas.....	30
3.6.1 Validitas	30
3.6.2 Reliabilitas	34
3.7 Teknik Analisis	38
BAB IV HASIL PENELITIAN	39
4.1 Subjek Penelitian	39
4.1.1 Gambaran Umum Jakcloth	40
4.1.2 Data Perusahaan.....	39
4.1.3 Visi dan Misi.....	40
4.1.4 Struktur Organisasi.....	40
4.2 Data Hasil Penelitian.....	42
4.2.1 Identitas Responden	42
4.2.2 Data Hasil Penelitian Variabel X1 (promosi)	45
4.2.3 Data Hasil Penelitian Variabel X2 (Persepsi Harga).....	47
4.2.4 Data Hasil Penelitian Variabel Y (Keputusan Pembelian)	52
4.3 Hasil Data Analisis Statistik	57
4.3.1 Hasil Data Hipotesis	58
4.3.2 Hasil Uji Koefisien Determinan Parsial	59
4.3.3 Hasil Uji Linear Berganda	59
BAB V PEMBAHASAN	60
5.1 Masing Masing Variabel	60
5.2 Perbandingan Dengan Penelitian Terdahulu	63
5.3 Implementasi Hasil Penelitian	63
BAB VI KESIMPULAN	65
6.1 Kesimpulan.....	65
6.2 Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA.....	66
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Kerangka Pemikiran	18
Tabel 3.2 Operasional Variabel	27
Tabel 3.3 Jawaban dan Skala Likert	29
Tabel 3.4 Hasil Validitas X1	32
Tabel 3.5 Hasil Validitas X2	32
Tabel 3.6 Hasil Validitas Y	33
Tabel 4.3 Hasil Identitas Respondent	43
Tabel 4.7 Hasil Perbutir pernyataan X1	45
Tabel 4.14 Hasil Perbutir Pernyataan X2	47
Tabel 4.14 Hasil Perbutir Pernyataan Y	52
Tabel 5.1 Hasil Pernyataan Angka Tertinggi X1	60
Tabel 5.2 Hasil Pernyataan Angka Tertinggi X2	61
Tabel 5.3 Hasil Pernyataan Angka Tertinggi Y	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo Jakcloth 41

