

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
ABSTRAK.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	3
1.3 Pembatasan Masalah.....	3
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Manfaat Penelitian.....	4
1.6 Sistematika Laporan Penelitian.....	5

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kerangka Teori	6
2.2 Komunikasi dan Komunikasi Pemasaran.....	6
2.2.1 Pengertian Promosi	8
2.2.2 Tujuan Promosi	9
2.2.3 Bauran Promosi(<i>Promotion Mix</i>)	9

2.3 Personal Selling	10
2.3.1. Komunikasi Antar Manusia	15
2.3.2 Komunikasi yang efektif	18
2.4 Customer (Pelanggan/Konssumen)	21
2.5 Minat	23
2.6 Kerangka Berfikir	27
2.7 Operasional Variabel	28

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian	29
3.2 Populasi & Sampel	30
3.2.1 Populasi	30
3.2.2 Sampel	31
3.3 Teknik Pengumpulan Data	37
3.4 Reliabilitas dan Validitas	38
3.4.1 Validitas	38
3.4.2 Reliabilitas	39
3.5 Analisis Data	41

BAB IV HASIL PENELITIAN

4.1 Subjek Penelitian	42
4.1.1 Sejarah Singkat	42

4.1.2 Lokasi	43
4.1.3 Tujuan	46
4.1.4 Struktur Organisasi	47
4.1.5 Peran & Tugas Setiap Divisi	49
4.1.6 Visi dan Misi	54
4.2 Hasil Penelitian	62
4.2.1 Identitas Responden	62
4.2.2 Variabel Efektivitas Komunikasi	68
4.2.3 Variabel minat beli konsumen	80
4.3 Pembahasan	86
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	89
5.2 Saran	91
DAFTAR PUSTAKA	93
RIWAYAT PENULIS	94
LAMPIRAN	