

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAKSI.....	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah.....	4
C. Batasan Masalah	4
D. Rumusan Masalah	5
E. Tujuan Penelitian	5
F. Manfaat Penelitian	6
G. Sistematika Penulisan	7

BAB II LANDASAN TEORI

A. Keputusan Pembelian.....	9
B. Pengertian Pemasaran	13
C. Pengertian Marketing Mix	16
D. Pengertian Promosi	21
E. Fungsi dan Tujuan Promosi	23
F. Promotion Mix	27
G. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Bauran Promosi.....	34
H. Kerangka Pikir Penelitian.....	36
I. Hipotesis	39
J. Peneliti Terdahulu	40

BAB III Metodologi Penelitian

A. Tempat dan Waktu Penelitian	41
B. Jenis dan Sumber Data	41
C. Populasi dan Sampel	42
D. Metode Pengumpulan Data	44
E. Metode Analisis Data.....	44
F. Definisi Operasional Variabel.....	51

BAB IV GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN

A. Sejarah Singkat PT. Yamaha Kencana Indonesia	55
---	----

B. Visi PT. Yamaha Kencana Indonesia.....	55
C. Misi PT. Yamaha Kencana Indonesia	56
D. Produk – Produk Motor Yamaha.....	56
E. Profil Responden	57
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
2. Usia Responden.....	58
3. Pekerjaan Responden	59
4. Penghasilan Responden.....	60

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Uji validitas	61
B. Uji Reliabilitas.....	63
C. Regresi Linier Berganda.....	65
D. Uji F.....	66
E. Uji t.....	67
F. Pembahasan.....	68

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	71
B. Saran	72

DAFTAR PUSTAKA.....	73
----------------------------	-----------

DAFTAR LAMPIRAN	75
------------------------------	-----------