

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN.....	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
<i>ABSTRACT</i>	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR BAGAN.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR GRAFIK	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	5
1.2.1. Pembatasan Masalah.....	6
1.2.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Kegunaan Penelitian	7
1.4.1. Kegunaan Teoritis.....	7
1.4.2. Kegunaan Praktis	7
1.5. Kerangka Pikir dan Hipotesis	8
1.5.1. Landasan Teoritis	8
1.5.2. Studi Empiris	10
1.5.3. Hipotesis	12
1.6. Lokasi dan Waktu Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Kajian Teori	13

2.1.1. Pengertian Manajemen.....	13
2.1.1.1. Manajemen Sebagai Ilmu dan Seni	15
2.1.1.2. Fungsi Manajemen	16
2.1.1.3. Macam-macam Manajemen	17
2.1.1.4. Prinsip-prinsip Manajemen.....	19
2.1.1.5. Tujuan-tujuan Manajemen.....	20
2.1.2. Manajemen Pemasaran	21
2.1.2.1. Konsep Pemasaran.....	22
2.1.2.2. Strategi Pemasaran	24
2.1.2.3. Bauran Pemasaran	26
2.1.2.4. Bauran Promosi	27
2.1.3. Pengertian Komunikasi Personal	33
2.1.3.1. Tujuan Komunikasi Personal.....	35
2.1.3.2. Dimensi-dimensi Komunikasi Personal	36
2.1.4. Pengertian Komunikasi Non Personal	36
2.1.4.1. Kelebihan dan kekurangan Komunikasi Non Personal	37
2.1.4.2. Tujuan Komunikasi Non Personal.....	38
2.1.5. Pengertian Minat Beli	39
2.1.5.1. Sifat dan Karakter Khusus Minat Beli.....	40
2.1.5.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi.....	40
2.1.5.3. Indikator Minat Beli	41
2.2. Penelitian Terdahulu	42
2.3. Kerangka Konseptual	44
2.4. Hipotesis	45

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian	46
3.1.1. Aspek Penelitian	46
3.1.2. Lokasi dan Waktu Penelitian	46
3.2. Metode Penelitian	47
3.3. Jenis Data dan Sumber Data	47
3.3.1. Jenis Data.....	47
3.3.2. Sumber Data	47
3.4. Teknik Pengambilan Data	48
3.5. Populasi dan Sampel Penelitian	49
3.5.1. Populasi Penelitian	49

3.5.2. Sampel Penelitian	49
3.6. Operasionalisasi Variabel	50
3.6.1. Indikator Variabel	51
3.7. Uji Validitas dan Reliabilitas	55
3.7.1. Uji Validitas	55
3.7.2. Uji Reliabilitas	57
3.8. Analisis Data	57
3.8.1. Analisis Deskriptif Statistik	57
3.9. Uji Asumsi Klasik	57
3.9.1. Uji Multikolinieritas	58
3.9.2. Uji Heteroskedastisitas	59
3.9.3. Uji Normalitas	59
3.10. Analisis Regresi Linier Berganda	59
3.10.1. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	60
3.10.2. Uji Statistik t	61
3.10.3. Uji Statistik F	62

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Data	63
4.1.1. Deskripsi Responden	64
4.2. Statistik Deskriptif	66
4.3. Daftar Pertanyaan Yang Berhubungan Dengan Variabel Penelitian	68
4.3.1. Presepsi Responden Terhadap Variabel Komunikasi Personal	68
4.3.2. Presepsi Responden Terhadap Variabel Komunikasi Non Personal	70
4.3.3. Presepsi Responden Terhadap Variabel Minat Beli	71
4.4. Uji instrumen Penelitian	72
4.4.1. Uji Validitas	72
4.4.2. Uji Reliabilitas	73
4.4.3. Pengujian Asumsi Klasik	74
4.5. Analisis Regresi Linier Berganda	77
4.5.1. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	79
4.6. Pengujian Hipotesis Penelitian	80
4.6.1. Uji Statistik t	80
4.6.2. Uji Statistik F	82

4.7. Pembahasan.....	83
----------------------	----

BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan	87
5.2. Saran	88

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN