

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN .....	ii
LEMBAR PERNYATAAN .....	iii
ABSTRAK .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR GRAFIK .....	vii
DAFTAR TABEL .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR LAMPIRAN .....	x
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	5
1.3. Tujuan Penelitian .....	5
1.4. Kegunaan Penelitian .....	6
1.5. Kerangka Pikir dan Hipotesis .....	7
1.5.1 Landasan Teori .....	7
1.5.2 Studi Empiris .....	10
1.5.3 Hipotesis .....	11
1.6. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	12

<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>13</b>
2.1. Manajemen Pemasaran .....	13
2.1.1 Pengertian Pemasaran .....	13
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran .....	15
2.1.3 Pengertian bauran Pemasaran.....	16
2.2. Promosi .....	18
2.2.1 Pengertian Promosi .....	18
2.2.2 Tujuan Promosi .....	20
2.2.3 Bauran Promosi .....	22
2.2.4 Periklanan .....	26
2.2.5 Tujuan Periklanan .....	28
2.2.6 Sales Promotion .....	30
2.2.6.1 Manfaat Promosi Penjualan .....	31
2.2.6.2 Sasaran Promosi Penjualan .....	32
2.2.7 Penjualan Pribadi .....	34
2.2.7.1 Sifat Sifat Penjualan Pribadi .....	35
2.2.7.2 Proses Manajemen Penjualan yang Efektif .....	36
2.2.7.3 Langkah-Langkah Pertama Dalam Penjualan Pribadi .....	38
2.2.8 Public Relation .....	39
2.2.9 Pemasaran Langsung .....	41
2.2.10 Metode Penetapan Anggaran Promosi .....	42
2.3. Ruang Lingkup Keputusan Pembelian.....	43
2.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian .....	43
2.3.2 Proses Keputusan Pembelian .....	44
2.3.3 Proses Pengambilan Keputusan .....	48
2.3.3.1 Pengertian Pengambilan Keputusan ....	48
2.3.3.2 Peran Pembelian .....	49
2.3.3.3	

<b>BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>52</b>
3.1 Objek Penelitian .....	52
3.2 Sejarah Singkat Perusahaan .....	52
4.4.1 Struktur Organisasi .....	53
3.3 Metode Penelitian .....	60
3.3.1 Metode Penelitian yang Digunakan .....	60
3.3.2 Jenis Sumber Data .....	61
3.3.3 Teknik Pengambilan Data .....	61
3.3.4 Populasi dan Sampel .....	62
3.3.5 Operasional Variabel .....	65
3.3.6 Uji Validitas .....	69
3.3.7 Uji Reliabilitas .....	70
3.4 Metode Analisis dan Uji Hipotesis .....	71
3.4.1 Metode Analisis .....	71
3.4.1.1 Analisis Regresi Linier Sederhana .....	72
3.4.1.2 <i>Method of Successive Interval (MSI)</i> ..	73
3.4.1.3 Analisis Korelasi .....	74
3.4.2 Uji Hipotesis .....	75
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>77</b>
4.1 Bauran Promosi Yang Telah Diberikan	
Noor Hotel bandung .....	77
4.1.1 Karakteristik Responden .....	77
4.1.2 Dekripsi Dan Penelitian .....	80
4.1.3 Tanggapan Responden tentang	
Bauran Promosi .....	82
4.1.4 Tanggapan Responden tentang	
Keputusan Pembelian .....	93
4.2 Analisis Validitas dan Reliabilitas .....	102
4.3 Uji Reliabilitas .....	104

4.4	Hasil Penelitian .....	106
4.4.1	Pengaruh bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Noor Hotel bandung .....	106
4.4.2	Analisis Regresi Linier .....	104
4.4.3	Analisis Korelasi .....	108
4.4.4	Analisis Koefisien Detreminasi .....	116
4.4.5	Uji Hipotesis .....	118
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>119</b>
5.1	Kesimpulan .....	119
5.2	Saran .....	120

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN - LAMPIRAN