

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERNYATAAN	
LEMBAR PERSEMBAHAN	
KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	3
1.4 Kegunaan Penelitian	4
1.5 Kerangka Pemikiran	5
1.6 Metode Penelitian	12
1.6.1 Jenis Penelitian	12
1.6.2 Metode Penarikan Sampel	12
1.6.3 Jenis dan Sumber Data	13
1.6.4 Unit Analisis	14
1.6.5 Tehnik Pengumpulan Data	14
1.6.6 Metode Pengumpulan Data	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pengertian Pemasaran dan Manajemen Pemasaran	15
2.2 Bauran Pemasaran	16

2.3	Promosi dan Bauran Promosi	18
2.3.1	Pengertian Promosi	18
2.3.2	Bauran Promosi	19
2.4	Promosi Penjualan	20
2.4.1	Pengertian Promosi Penjualan	20
2.4.2	Tujuan Promosi Penjualan	21
2.4.3	Sifat Promosi Penjualan	22
2.4.4	Sasaran Promosi Penjualan	23
2.4.5	Kekuatan dan Kelemahan Promosi Penjualan	24
2.5	Memilih Alat Promosi Penjualan	25
2.6	Keputusan Utama dalam Promosi Penjualan	28
2.7	Perilaku Konsumen	30
2.7.1	Pengertian Perilaku Konsumen	30
2.7.2	Pengertian Keputusan Pembelian	31
2.8	Perilaku Pembelian	31
2.8.1	Tipe Perilaku Pembelian	31
2.8.2	Model Konsumen dalam Mengambil Keputusan	33
2.8.3	Model Perilaku Pembeli	34
2.8.4	Tahap –Tahap Proses Keputusan Pembelian	36
2.9	Hubungan Antara Promosi Penjualan dengan Keputusan Service Motor Honda	38

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1	Objek Penelitian	40
3.1.1	Sejarah Perusahaan	40
3.1.2	Tujuan umum Perusahaan	41
3.1.3	Profil Perusahaan	42
3.1.4	Struktur Organisasi Perusahaan	42
3.1.5	Wewenang dan Tanggung Jawab	43
3.1.6	Kegiatan Perusahaan	45

3.2	Metode Penelitian	47
3.2.1	Jenis Penelitian	47
3.2.2	Operasionalisasi Variabel	47
3.2.3	Metode Penarikan Sampel	50
3.2.4	Analisis Hasil	51
3.2.5	Jenis dan Sumber Data	52
3.2.6	Unit Analisis	53
3.2.7	Teknik Pengumpulan Data	53
3.2.8	Metode Pengumpulan Data	54
3.2.9	Teknik Pengolahan Data	54
3.2.10	Data dan Metode Analisis Data	55
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Pelaksanaan Program Promosi penjualan Tunas Cemara Motor	59
4.2	Uji Validitas Dan Reabilitas	61
4.3	Tanggapan Responden terhadap Promosi Penjualan dengan Keputusan Service	63
4.3.1	Karakteristik Responden	63
4.3.2	Tanggapan Responden Tentang Promosi Penjualan	68
4.4	Hubungan antara Promosi Penjualan dengan Keputusan Service.....	80
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan.....	83
5.2	Saran	85
DAFTAR PUSTAKA		86
LAMPIRAN		