

## DAFTAR ISI

|                                                                 | Halaman     |
|-----------------------------------------------------------------|-------------|
| <b>RINGKASAN .....</b>                                          | <b>i</b>    |
| <b>SUMMARY .....</b>                                            | <b>ii</b>   |
| <b>KATA PENGANTAR .....</b>                                     | <b>iii</b>  |
| <b>RIWAYAT HIDUP .....</b>                                      | <b>iv</b>   |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                                          | <b>v</b>    |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                                       | <b>vii</b>  |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                                       | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>                                    | <b>ix</b>   |
| <b>I. PENDAHULUAN</b>                                           |             |
| 1.1. Latar Belakang .....                                       | 1           |
| 1.2. Rumusan Masalah.....                                       | 4           |
| 1.3. Tujuan Penelitian .....                                    | 5           |
| 1.4. Manfaat Penelitian .....                                   | 6           |
| <b>II. TINJAUAN PUSTAKA</b>                                     |             |
| 2.1. Penelitian Terdahulu.....                                  | 7           |
| 2.2. Tinjauan Tentang Manajemen Pemasaran.....                  | 12          |
| 2.2.1 Tinjauan Pemasaran .....                                  | 13          |
| 2.2.2 Manajemen Pemasaran.....                                  | 13          |
| 2.2.3 Strategi Pemasaran .....                                  | 14          |
| 2.3. Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ).....             | 15          |
| 2.4. Promosi.....                                               | 17          |
| 2.5. Bauran Promosi ( <i>Promotion Mix</i> ).....               | 18          |
| 2.6. Perilaku Konsumen .....                                    | 26          |
| 2.7. Keputusan Pembelian.....                                   | 30          |
| 2.8. Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Pengambilan Keputusan.... | 34          |
| 2.9. Analisis Regresi Linier Berganda .....                     | 35          |
| <b>III. KERANGKA KONSEP PENELITIAN</b>                          |             |
| 3.1. Kerangka Pemikiran .....                                   | 39          |
| 3.2. Hipotesis .....                                            | 43          |
| 3.3. Batasan Masalah .....                                      | 43          |
| 3.4. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....          | 43          |
| <b>IV. METODE PENELITIAN</b>                                    |             |
| 4.1. Metode Penentuan Lokasi.....                               | 46          |
| 4.2. Metode Penentuan Responden .....                           | 46          |
| 4.3. Metode Pengumpulan Data.....                               | 46          |
| 4.4. Metode Analisis Data.....                                  | 47          |
| <b>V. HASIL DAN PEMBAHASAN</b>                                  |             |
| 5.1. Gambaran Umum Perusahaan .....                             | 55          |
| 5.1.1. Profil Perusahaan .....                                  | 56          |
| 5.1.2. Perkembangan Usaha Secara Umum .....                     | 57          |
| 5.1.3. Kebijakan Mutu .....                                     | 59          |

|                                                                                          |           |
|------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 5.1.4. Visi dan Operasional.....                                                         | 60        |
| 5.1.5. Struktur Organisasi UD.Ramayana Agro Mandiri.....                                 | 61        |
| 5.1.6. Perencanaan Pemasaran UD.Ramayana Agro Mandiri .....                              | 64        |
| 5.1.7. Kegiatan Bauran Promosi UD.Ramayana Agro Mandiri ..                               | 65        |
| 5.2. Gambaran Umum Responden .....                                                       | 67        |
| 5.2.1. Jenis Kelamin Responden.....                                                      | 67        |
| 5.2.2. Usia Responden .....                                                              | 68        |
| 5.2.3. Pekerjaan Responden.....                                                          | 68        |
| 5.2.4. Pendapatan Responden .....                                                        | 69        |
| 5.3. Distribusi Frekuensi Variabel Penelitian .....                                      | 70        |
| 5.3.1. Distribusi Frekuensi Variabel Iklan (X1) .....                                    | 70        |
| 5.3.2. Distribusi Frekuensi Variabel Promosi Penjualan (X2).....                         | 71        |
| 5.3.3. Distribusi Frekuensi Variabel Hubungan Masyarakat (X3) .....                      | 72        |
| 5.3.4. Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian (Y)..                           | 74        |
| 5.4. Hasil .....                                                                         | 75        |
| 5.4.1. Pengaruh variabel bauran promosi terhadap keputusan<br>konsumen .....             | 75        |
| 5.4.2. Pengaruh Variabel Bauran Promosi Yang Dominan<br>Terhadap Keputusan Konsumen..... | 84        |
| 5.5. Pembahasan .....                                                                    | 85        |
| 5.5.1. Pengaruh variabel bauran promosi terhadap keputusan<br>konsumen .....             | 85        |
| 5.5.2. Pengaruh Variabel Bauran Promosi Yang Dominan<br>Terhadap Keputusan Konsumen..... | 87        |
| <b>VI. KESIMPULAN DAN SARAN</b>                                                          |           |
| 6.1. Kesimpulan .....                                                                    | 89        |
| 6.2. Saran .....                                                                         | 90        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                                                              | <b>91</b> |
| <b>LAMPIRAN .....</b>                                                                    | <b>93</b> |

## DAFTAR TABEL

| Nomer | Teks                                                         | Halaman |
|-------|--------------------------------------------------------------|---------|
| 1     | Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....      | 67      |
| 2     | Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....                | 68      |
| 3     | Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....          | 69      |
| 4     | Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....          | 69      |
| 5     | Distribusi Frekuensi Variabel Iklan (X1).....                | 70      |
| 6     | Distribusi Frekuensi Variabel Promosi Penjualan (X2).....    | 71      |
| 7     | Distribusi Frekuensi Variabel Hubungan Masyarakat (X3) ..... | 73      |
| 8     | Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian (Y).....   | 74      |
| 9     | Hasil Uji Validitas.....                                     | 76      |
| 10    | Hasil Uji Reliabilitas .....                                 | 77      |
| 11    | Hasil Uji Normalitas .....                                   | 78      |
| 12    | Hasil Uji Autokorelasi.....                                  | 79      |
| 13    | Hasil Uji Multikolinearitas.....                             | 79      |
| 14    | Hasil Uji Heteroskedastisitas .....                          | 80      |
| 15    | Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....                  | 81      |
| 16    | Hasil Uji F/Simultan .....                                   | 83      |

## DAFTAR GAMBAR

| Nomer | Teks                                                                                                           | Halaman |
|-------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| 1     | 4 P Bauran Pemasaran.....                                                                                      | 16      |
| 2     | Model Perilaku Konsumen.....                                                                                   | 27      |
| 3     | Tahapan Proses Pembelian Konsumen .....                                                                        | 31      |
| 4     | Skema Kerangka Pemikiran Pengaruh Bauran Promosi<br>Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Produk Olahan Apel .... | 42      |
| 5     | Data Produksi Keripik dan Jenang Apel Ramayana .....                                                           | 58      |
| 6     | Grafik Normality Plot .....                                                                                    | 78      |
| 7     | Uji Heteroskedastisitas.....                                                                                   | 80      |



## DAFTAR LAMPIRAN

| Nomer | Teks                                               | Halaman |
|-------|----------------------------------------------------|---------|
| 1     | Jumlah Agroindustri Apel Tahun 2002-2011 .....     | 93      |
| 2     | Struktur Organisasi UD.Ramayana Agro Mandiri.....  | 94      |
| 3     | Kuesioner Penelitian .....                         | 95      |
| 4     | Data Kuesioner Responden.....                      | 99      |
| 5     | Data Skor Kuesioner .....                          | 101     |
| 6     | Data Frekuensi Jawaban Responden.....              | 103     |
| 7     | Data Distribusi Frekuensi Variabel Penelitian..... | 105     |
| 8     | Data Uji Validitas Dan Reliabilitas.....           | 109     |
| 9     | Data Uji Asumsi Klasik .....                       | 113     |
| 10    | Data Regresi Linier Berganda.....                  | 115     |
| 11    | Dokumentasi .....                                  | 117     |