

DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Pembatasan Masalah	5
1.4 Perumusan Masalah	5
1.5 Tujuan Penelitian	6
1.6 Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
2.1 Kerangka Teoritis	8
2.1.1 Keragaman Produk	8
2.1.1.1 Pengertian keragaman Produk	8
2.1.1.2 Indikator Keragaman Produk	10
2.1.2 Promosi	11

2.1.2.1 Pengertian Promosi	11
2.1.2.2 Tujuan Promosi.....	12
2.1.3 Promosi Penjualan	13
2.1.3.1 Pengertian Promosi Penjualan	13
2.1.3.2 Tujuan Promosi Penjualan.....	13
2.1.3.3 Indikator Promosi Penjualan.....	14
2.1.4 Keputusan Pembelian	15
2.1.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian	15
2.1.4.2 Proses Keputusan Pembelian	16
2.1.4.3 Indikator Keputusan Pembelian	18
2.1.4.4 Pembuatan Keputusan Pembelian	19
2.1.4.5 Jenis Keputusan Pembelian	20
2.2 Penelitian Yang Relevan	22
2.2 Kerangka Berpikir.....	25
2.4 Hipotesis	27
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	28
3.2 Populasi dan Sampel	28
3.2.1 Populasi	28
3.2.2 Sampel	28
3.3 Variabel Penelitian dan Defenisi Operasional	29
3.3.1 Variabel Penelitian	29
3.3.2 Defenisi Operasional	30

3.4 Teknik Pengumpulan Data	31
3.4.1 Observasi	31
3.4.2 Wawancara	31
3.4.3 Angket	31
3.5 Uji Instrumen Penelitian	33
3.5.1 Uji Validitas	33
3.5.2 Uji Realibilitas	33
3.6 Teknik Analisis Data	34
3.6.1 Uji Asumsi Klasik	34
3.6.1.1 Uji Normalitas	34
3.6.1.2 Uji Multikolinearitas	35
3.6.1.4 Uji Linieritas	35
3.6.2 Analisis Jalur	35
3.6.3 Pengujian Hipotesis	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
4.1 Hasil Penelitian	38
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	38
4.1.2 Struktur Organisasi Alfamart Cabang Simpang Marelان	39
4.1.3 Visi dan Misi Alfamart	40
4.2 Deskripsi Responden Penelitian	40
4.2.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
4.2.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	41
4.2.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	42

4.3	Deskripsi Dari Hasil Penelitian	42
4.3.1	Deskripsi Keragaman Produk	43
4.3.2	Deskripsi Promosi Penjualan	44
4.3.3	Deskripsi Keputusan Pembelian	45
4.4	Uji Validitas dan Reliabilitas Angket	47
4.4.1	Variabel Keragaman Produk	47
4.4.2	Variabel Promosi Penjualan	48
4.4.3	Variabel Keputusan Pembelian	49
4.5	Teknik Analisis Data	51
4.5.1	Uji Asumsi Klasik	51
4.5.1.1	Uji Normalitas	51
4.5.1.2	Uji Multikolinieritas	52
4.5.1.3	Uji Linieritas	54
4.5.2	Pengujian Hipotesis	54
4.6	Pembahasan Hasil Penelitian	58
4.6.1	Pengaruh Keragaman Produk terhadap Promosi Penjualan	59
4.6.2	Pengaruh Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian ...	60
4.6.3	Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian	60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		62
5.1	Kesimpulan	62
5.2	Saran	63

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN