

## DAFTAR ISI

Halaman

### LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

### LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT .....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv

### BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	8
1.3 Pembatasan Masalah.....	8
1.4 Rumusan Masalah .....	9
1.5 Tujuan Penelitian.....	9
1.6 Manfaat Penelitian.....	10

### Bab II Tinjauan Pustaka

2.1 Kerangka Teoritis .....	11
2.1.1 Promosi .....	11
2.1.1.1 PengertianPromosi .....	11
2.1.1.2 TujuanPromosi .....	13

2.1.2	Promosi Penjualan .....	15
2.1.2.1	Pengertian Promosi Penjualan .....	15
2.1.2.2	Alat Promosi Penjualan .....	17
2.1.2.3	Tujuan Promosi Penjualan .....	19
2.1.2.4	Indikator Promosi Penjualan.....	20
2.1.3	Suasana Toko.....	21
2.1.3.1	Pengertian Suasana Toko .....	21
2.1.3.2	Elemen Suasana Toko .....	22
2.1.3.3	Indikator Suasana Toko.....	27
2.1.4	Keputusan Pembelian .....	27
2.1.4.1	Pengertian Keputusan Pembelian .....	27
2.1.4.2	Jenis-jenis Perilaku Pembelian .....	28
2.1.4.3	Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	30
2.1.4.4	Indikator Keputusan Pembelian.....	33
2.2	Penelitian Yang Relevan.....	34
2.3	Kerangka Pemikiran .....	36
2.4	Hipotesis .....	37
<b>Bab III Metode Penelitian</b>		
3.1	Lokasi Penelitian .....	38
3.2	Populasi Dan Sampel.....	38
3.2.1	Populasi.....	38
3.2.2	Sampel .....	38

3.3	Variabel Penelitian Dan Defenisi Operasional .....	40
3.3.1	Variabel Penelitian .....	40
3.3.2	Defenisi Operasional .....	40
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.5	Uji Validitas Dan Reliabilitas .....	44
3.5.1	Uji Validitas .....	44
3.5.2	Uji Reliabilitas.....	44
3.6	Teknik Analisis Data .....	44
3.6.1	Uji Asumsi Klasik .....	45
3.6.1.1	Uji Normalitas Data .....	45
3.6.1.2	Uji Multi kolinearitas .....	45
3.6.1.3	Uji Heterokedastisitas.....	46
3.6.2	Analisis Regresi Berganda .....	46
3.6.3	Uji Hipotesis.....	47
3.6.3.1	Uji t (Parsial).....	47
3.6.3.2	Uji f (Simultan) .....	48
3.6.3.3	Koefisien Determinan ( $R^2$ ) .....	48

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	50
4.1.1	Sejarah Singkat Transmart Carrefour Medan Fair .....	50
4.1.2	Visi Misi Perusahaan .....	52
4.1.3	Komitmen perusahaan .....	53
4.1.4	Uraian tugas di Transmart carrefour.....	54

4.2 Deskripsi Responden .....	56
4.2.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	57
4.2.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia .....	57
4.2.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	58
4.3 Analisis Data Penelitian .....	59
4.3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Angket .....	59
4.3.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Angket Promosi Penjualan.....	59
4.3.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Angket suasana toko .....	61
4.3.4 Uji Validitas dan Reliabilitas keputusan pembelian .....	63
4.3.5 Transformasi Data Ordinal Ke Data Interval.....	64
4.3.6 Deskripsi Hasil Penelitian .....	65
4.3.6.1 Deskripsi Hasil Penelitian Variabel X1 .....	65
4.3.6.2 Deskripsi Hasil Penelitian Variabel X2 .....	66
4.3.6.3 Deskripsi Hasil Penelitian Variabel Y .....	67
4.3.7 Uji Normalitas Data .....	68
4.3.8 Uji Asumsi Klasik.....	69
4.3.8.1 Uji Multikolinearitas.....	69
4.3.8.2 Uji Heterokedastisitas .....	72
4.4 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	73
4.5 Uji Hipotesis.....	75
4.5.1 Uji F (Simultan) .....	75
4.5.2 Uji t (Parsial).....	76
4.5.3 Uji Koefisien Determinasi .....	77

4.6 Pembahasan Hasil Penelitian .....	78
---------------------------------------	----

**BAB V SIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Simpulan .....	80
--------------------	----

5.2 Saran .....	81
-----------------	----

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

