

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. wb

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, atas segala rahmat dan karunia-Nya yang telah memberikan petunjuk, kekuatan, kemudahan, dan hidayah-Nya yang tidak terbatas, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan yang diharapkan.

Peneliti menyadari bahwa keberhasilan dalam menyelesaikan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, bantuan serta kerja sama yang baik dari berbagai pihak, oleh karena itu sudah sepantasnya dengan segala kerendahan hati peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

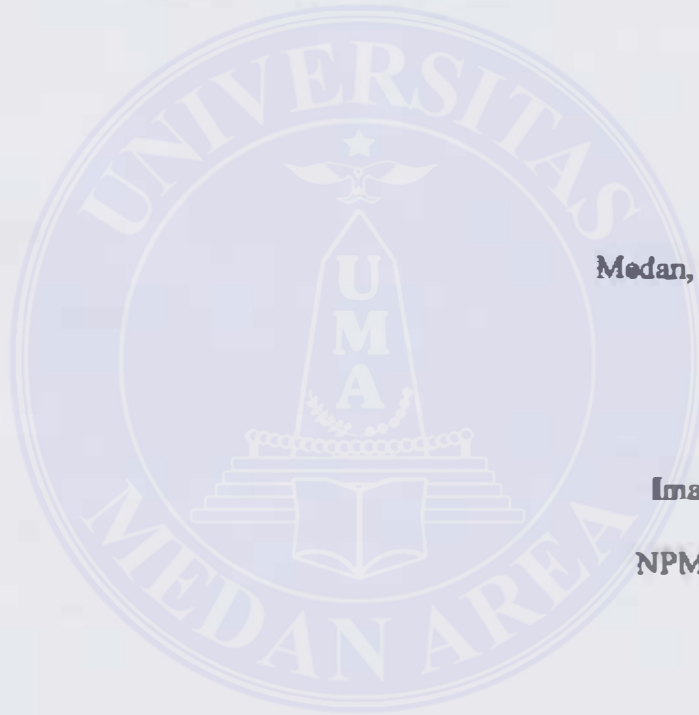
1. Yang teristimewa dan tercinta kepada kedua orang tuaku Ayah saya Supianto dan Ibu saya Kartini yang selalu setia memberikan dukungan dan semangat. Disetiap nafas, disetiap waktu, curahan kasih sayang yang diberikan kepada anak-anakmu terus mengalir sampai kapanpun.
2. Kepada kedua saudara saya yakni abang serta adik saya yang selalu memberikan motivasi, dukungan dan inspirasi untuk terus menyelesaikan skripsi ini.
3. Kepada Bapak Prof. Dr. H. A. Ya'kub Matondang, MA, selaku Rektor Universitas Medan Area.
4. Kepada Bapak Prof. Dr. H. Sya'ad Afifuddin, SE, MEd, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
5. Kepada bapak Ihsan Efendy, SE, Msi, selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan pengarahan, saran yang dengan tekun, teliti dan bantuan yang sangat berarti dalam penyelesaian skripsi ini.

6. Kepada Ibu Dhian Rosalina, SE, MM. selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan pengarahan, saran, dan senantiasa meluangkan waktu dalam pembimbingan skripsi ini.
7. Kepada bapak Prof. Dr. H. Sya'ad Afifuddin, SE, MEd, selaku ketua sidang meja hijau. Terima kasih atas kesediaan waktu dan saran-saran yang telah bapak berikan kepada penulis.
8. Kepada bapak Agustiono, SE, Msi, selaku sekretaris sidang meja hijau. Terima kasih atas kesediaan waktunya.
9. Kepada seluruh Staf Tata Usaha, pengelola perpustakaan dan pegawai Fakultas Psikologi yang telah memberikan banyak kemudahan kepada peneliti hingga penyelesaian skripsi ini.
10. Kepada kak Melinda Zahra, SE, yang telah membantu dan meluangkan waktunya untuk membimbing saya dalam mengerjakan skripsi.
11. Teman-teman seluruh angkatan stambuk 2009 yang telah banyak memberikan bantuan, motivasi, saran, dan kritik atas terciptanya skripsi ini, semoga kelak kita semua menjadi sukses.

12. Teruntuk teman-teman, sahabat-sahabatku dan saudara-saudara Lacco Genk-ku "Koko Sandoko, M. Rizky, Reza Arisandi, Reza Munandar, Haris Fadillah Peye dan Ari Afandi Harahap". Terimakasih atas persahabatannya selama ini.

13. Dan seluruh keluarga dan rekan-rekan lainnya yang belum disebutkan satu persatu oleh peneliti yang selalu memberikan dukungan dan mendoakan keberhasilan peneliti.

Akhir kata, semoga seluruh dukungan yang telah diberikan kepada peneliti menjadi amal shaleh, mendapat balasan kebaikan dan pahala dari Allah subhanahu wata'ala.



Medan, Desember 2013

Penulis,

Imam Al Mahruf

NPM : 09 832 0061

DAFTAR GAMBAR

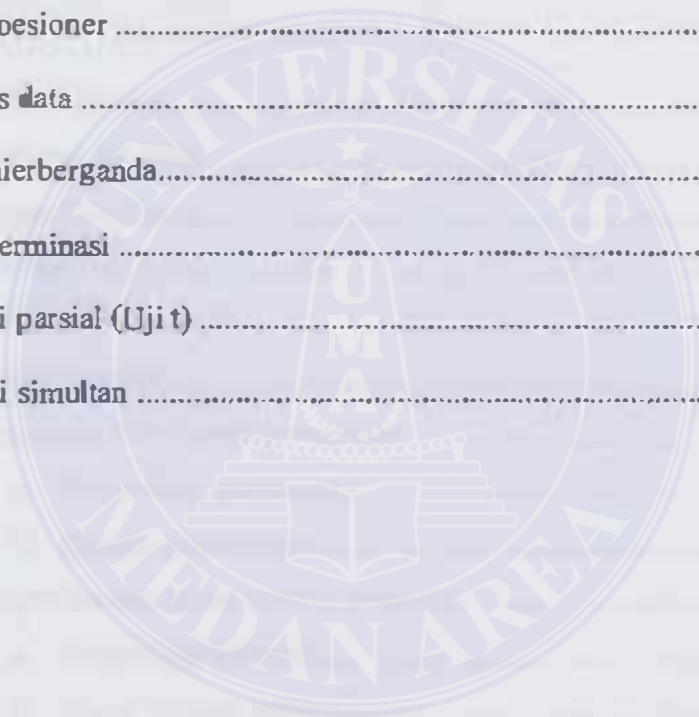
Gambar 2.1 : Bauran Produk	27
Gambar 2.2 : Proses pengambilan keputusan	34
Gambar 2.3 : Langkah – langkah antara evaluasi alternatif dan keputusan pembelian	36
Gambar 2.4 : Kerangka konseptual	37
Gambar 4.1 : Struktur organisasi	48



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 : Waktu penelitian	39
Tabel 4.1 : Frekuensi jenis kelamin responden	49
Tabel 4.2 : Frekuensi usia responden	50
Tabel 4.3 : Frekuensi pendidikan responden	51
Tabel 4.4 : Pekerjaan Perponden	51
Tabel 4.5 : Distribusi pendapat responden pada pertanyaan 1 variabel promosi	52
Tabel 4.6 : Distribusi pendapat responden pada pertanyaan 2 variabel promosi	53
Tabel 4.7 : Distribusi pendapat responden pada pertanyaan 3 variabel promosi	54
Tabel 4.8 : Distribusi pendapat responden pada pertanyaan 4 variabel promosi	54
Tabel 4.9 : Distribusi pendapat responden pada pertanyaan 5 variabel promosi	55
Tabel 4.10 : Distribusi pendapat responden pada pertanyaan 1 variabel produk	55
Tabel 4.11 : Distribusi pendapat responden pada pertanyaan 2 variabel produk	56
Tabel 4.12 : Distribusi pendapat responden pada pertanyaan 3 variabel produk	56
Tabel 4.13 : Distribusi pendapat responden pada pertanyaan 4 variabel produk	57
Tabel 4.14 : Distribusi pendapat responden pada pertanyaan 5 variabel produk	58
Tabel 4.15 : Distribusi pendapat responden pada pertanyaan 1 variabel lingkungan fisik	58
Tabel 4.16 : Distribusi pendapat responden pada pertanyaan 2 variabel lingkungan fisik	59
Tabel 4.17 : Distribusi pendapat responden pada pertanyaan 3 variabel lingkungan fisik	59
Tabel 4.18 : Distribusi pendapat responden pada pertanyaan 4 variabel lingkungan fisik	60
Tabel 4.19 : Distribusi pendapat responden pada pertanyaan 5 variabel lingkungan fisik	60
Tabel 4.20 : Distribusi pendapat responden pada pertanyaan 1 variabel pelayanan	61
Tabel 4.21 : Distribusi pendapat responden pada pertanyaan 2 variabel pelayanan	61
Tabel 4.22 : Distribusi pendapat responden pada pertanyaan 3 variabel pelayanan	62
Tabel 4.23 : Distribusi pendapat responden pada pertanyaan 4 variabel pelayanan	62

abel 4.24 : Distribusi pendapat responden pada pertanyaan 5 variabel pelayanan	63
abel 4.25 : Distribusi pendapat responden pada pertanyaan 1 variabel keputusan pembelian	63
abel 4.26 : Distribusi pendapat responden pada pertanyaan 2 variabel keputusan pembelian	64
abel 4.27 : Distribusi pendapat responden pada pertanyaan 3 variabel keputusan pembelian	64
abel 4.28 : Distribusi pendapat responden pada pertanyaan 4 variabel keputusan pembelian	65
abel 4.29 : Distribusi pendapat responden pada pertanyaan 5 variabel keputusan pembelian	65
abel 4.30 : Validitas butir pertanyaan	67
abel 4.31 : Reliabilitas koesioner	68
abel 4.32 : Uji normalitas data	69
abel 4.33 : Uji regresi linier berganda.....	71
abel 4.34 : Koefisien determinasi	72
abel 4.35 : Uji signifikansi parsial (Uji t)	73
abel 4.36 : Uji signifikansi simultan	74



DAFTAR ISI

HALAMAN

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ij
DAFTAR GAMBAR	iii
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR ISI.....	v
ISI	
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	2
C. Tujuan Penelitian.....	3
D. Manfaat Penelitian.....	3
BAB II : LANDASAN TEORITIS.	
A. Uraian Teoritis.....	4
1. Pemasaran dan bauran pemasaran.....	4
a. Pengertian pemasaran.....	4
b. Bauran pemasaran.....	6
2. Pengertian dan unsur – unsur promosi.....	9
a. Pengertian promosi.....	9
b. Unsur – unsur promosi.....	11
3. Manfaat dan tujuan promosi	18
a. Manfaat promosi	18
b. Tujuan promosi	19
4. Strategi promosi	20
5. Pengertian dan bauran produk	23
a. Pengertian produk	23
b. Bauran produk	25
6. Lingkungan fisik	28
7. Kualitas pelayanan	29
8. Keputusan pembelian konsumen dan jenis – jenisnya	31

B. Kerangka Konseptual.....	36
C. Hopotesis Penelitian.....	38

BAB III : METODE PENELITIAN. 39

A. JENIS, Lokasi, dan Waktu Penelitian	39
B. Populasi dan Sampel	40
C. Jenis Data	40
D. Defenisi Operasional Variabel	41
E. Teknik Pengumpulan Data	42
F. Teknik Analisis Data	43

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 46

A. Hasil penelitian	46
B. Pembahasan	66

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

