### DAFTAR ISI

## ABSTRAK ……………………………………………………………………….. i

***ABSTRACT*** ……………………………………………………………………… ii

**KATA PENGANTAR** …………………………………………………………… iii

**DAFTAR ISI** ……………………………………………………………………. vi

**DAFTAR TABEL** ………………………………………………………………..

**DAFTAR GAMBAR** ……………………………………………………………..

## BAB I : PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah. ......................................................................... 1

1.2. Identifikasi Masalah ……………………………………………………. 3

1.3. Batasan Masalah ………………………………………………………. 4

1.4. Rumusan Masalah . ................................................................................ 4

1.5. Tujuan Penelitian . .................................................................................. 4

1.6. Manfaat Penelitian . ............................................................................... 5

**BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

2.1. Promosi............................................................ ……………….………. 7

2.1.1.Pengertian Promosi ………………………………………..…… 7

2.1.2. Strategi Promosi ……………………………………….……… . 10

2.1.3. Tujuan Promosi ……………………………………….. ………. 13

2.1.4. Faktor–faktor yang Mempengaruhi *Promotion Mix* ……………. 14

2.1.5. Indikator Promosi ……………………………………………….. 15

2.2. Minat Beli ……………………..………………….…………………… 17

2.2.1. Definisi Minat Beli ……………………………………………… 17

2.2.2. Tahapan Minat Beli Konsumen …………………………………. 18

2.2.3. Faktor- faktor yang Mempengaruhi Minat Beli ……………….. 19

2.2.4. Indikator Minat Beli …………………………………………….. 20

2.3. Penelitian Terdahulu ………………………………………………….. 20

2.4. Kerangka Konseptual.................................................................. ……… 21

2.5. Hipotesis ……………………………………………………………….. 23

# BAB III : METODE PENELITIAN

* 1. Lokasi dan Waktu Penelitian. ................................................................ 24

3.1.1. Lokasi Penelitian ………………………………………………… 24

3.1.2. Waktu Penelitian ………………………………………………… 24

* 1. Populasi dan Sampel Penelitian............................................................... 25

3.2.1. Populasi ………………………………………………………….. 25

3.2.2. Sampel …………………………………………………………… 25

* 1. Sumber Data Penelitian .......................................................................... 26
  2. Definisi Operasional Variabel................................................... ………. 27
  3. Teknik Pengumpulan Data. ..................................................................... 28
  4. Teknik Analisis Data .............................................................................. 29

# BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Gambaran Umum Bentoel Grup. ........................................................... 33

4.1.1. Sejarah Bentoel Grup ……………………………………………. 33

4.1.2. Visi dan Misi Bentoel Grup …………………………………….. 35

4.1.3. Struktur Perseroan Bentoel Grup ……………………………….. 36

4.1.4. Karakteristik Responden .............................................................. 38

4.1.5. Karakteristik Jawaban Responden Tentang Variabel Promosi … 41

4.1.6. Karakteristik Jawaban Responden Tentang Variabel Minat Beli . 42

1. Pembahasan ……………………………………………………………. 44

4.2.1. Hasil Pengujian Validitas dan Realibilitas …………….. ……… 44

4.2.2. Pengujian Normalitas Data …………………………………….. 48

4.2.3. Pengujian Regresi Sederhana …………………………………. 50

4.2.4. Pengujian Hipotesis (Uji t) ………………………………………. 51

4.2.5. Pengujian Koefisien Determinasi ……………………………….. 51

# BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan. .................................................................................... 53
2. Saran ……………………………………………………………… 53

# DAFTAR PUSTAKA

**LAMPIRAN**

**DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 : Penelitian Terdahulu ………………………………..………… 21

Tabel 3.1 : Jadwal Waktu Penelitian ……………………………………… 24

Tabel 3.2 : Definisi Operasional Variabel ……………………….……….. 27

Tabel 3.3 : Skala Likert ……………………………………………………. 29

1. Karakteristik Responden Penelitian Menurut Jenis Kelamin … 38
2. Karakteristik Responden Penelitian Menurut Usia …………… 39
3. Karakteristik Responden Penelitian Menurut Pekerjaan ……... 40
4. Skor Angket Untuk Responden Untuk Variabel Promosi ……. 41
5. Skor Angket Untuk Responden Untuk Variabel Minat Beli …. 43
6. Uji Validitas Variabel Promosi ………………………….……. 45
7. Uji Validitas Variabel Minat Beli ……………………..………. 46
8. Uji Realibilitas Variabel Promosi ………………….…………. 47
9. Uji Realibilitas Variabel Minat Beli ………………….………. 47
10. Uji Normalitas Data ……………………………………….…. 49
11. Hasil Output Regresi dan Uji t Variabel X dan Y …………… 50
12. Hasil Output Determinasi X dan Y ………………………..….. 51

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1. :Kerangka Konseptual ……………………………………….. 22

Gambar 4.1. :Struktur Organisasi PT. Bentoel Group Medan …………….. 37

Gambar 4.2. : Output SPSS Normal P-Plot ………………………………… 48