

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar	i
Halaman Sampul Dalam.....	ii
Halaman Persetujuan	iii
Halaman Pengesahan.....	iv
Halaman Motto.....	v
Halaman Persembahan.....	vi
Kata Pengantar.....	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel.....	xii
Daftar Gambar	xiii
Daftar Lampiran	xiv
Abstrak.....	xv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Rumusan Masalah.....	11
E. Kegunaan Penelitian.....	12
F. Batasan Penelitian	13
G. Penegasan Istilah	13
H. Sistematika Penelitian Skripsi	15

BAB II LANDASAN TEORI

A. Iklan	18
----------------	----

B. Pemasaran	20
C. Hubungan Masyarakat	23
D. Penjualan personal	24
E. Promosi	27
F. Minat Masyarakat	32
G. Pembiayaan	37
M. Penelitian Terdahulu	39
N. Kerangka Konseptual	45
O. Hipotesis Penelitian	45

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	48
B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian	48
C. Sumber data, Variabel dan Skala Pengukuran	50
D. Teknik pengumpulan data dan Instrumen penelitian	51
E. Teknik Analisis Data	53

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Obyek Penelitian	59
B. Paparan Data Penelitian	65
C. Rekapitulasi Hasil Penelitian	74

BAB V PEMBAHASAN

A. Pengaruh Iklan dalam Promosi terhadap Tingginya Minat Masyarakat dalam Melakukan Pembiayaan	93
B. Pengaruh Promosi Penjualan dalam Promosi terhadap Tingginya Minat Masyarakat dalam Melakukan Pembiayaan	94

C. Pengaruh Pemasaran Interaktif dalam Promosi terhadap Tingginya Minat Masyarakat dalam Melakukan Pembiayaan	96
D. Pengaruh Hubungan Masyarakat dan Publisitas dalam Promosi terhadap Tingginya Minat Masyarakat dalam Melakukan Pembiayaan	98
E. Pengaruh Pemasaran Langsung dalam Promosi terhadap Tingginya Minat Masyarakat dalam Melakukan Pembiayaan	100
F. Pengaruh Pemasaran Dari Mulut Ke Mulut dalam Promosi terhadap Tingginya Minat Masyarakat dalam Melakukan Pembiayaan.....	102
G. Pengaruh Penjualan Personal dalam Promosi terhadap Tingginya Minat Masyarakat dalam Melakukan Pembiayaan	104
H. Pengaruh Iklan, Promosi Penjualan, Pemasaran Interaktif, Hubungan Masyarakat dan Publisitas, Pemasaran Langsung, Pemasaran dari Mulut ke Mulut, dan Penjualan Personal dalam Melakukan Promosi terhadap Tingginya Minat Masyarakat Dalam Melakukan Pembiayaan	106
BAB VI PENUTUP	
A. Kesimpulan	108
B. Saran	109
DAFTAR PUSTAKA	111
LAMPIRAN –LAMPIRAN.....	115