

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PERNYATAAN

ABSTRAK iii

ABSTRACT iv

KATA PENGANTAR v

DAFTAR ISI viii

DAFTAR TABEL xiii

DAFTAR GAMBAR xvi

DAFTAR LAMPIRAN xvii

BAB I PENDAHULUAN..... 1

1.1 Latar Belakang Penelitian 1

1.2 Rumusan Masalah 10

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian 10

1.4 Kegunaan Penelitian 11

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian 12

BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

PENELITIAN..... 13

2.1 Tinjauan Pustaka 13

2.1.1 Pengertian Pemasaran 13

2.1.2	Pengertian Jasa	14
2.1.3	Karakteristik Jasa	15
2.1.4	Variabel-variabel dalam Bauran Pemasaran Jasa	16
2.1.5	Komunikasi Pemasaran	18
	2.1.5.1 Model Proses Komunikasi	20
	2.1.5.2 Tujuan Komunikasi	21
2.1.6	Komunikasi Pemasaran Terpadu.....	22
	2.1.6.1 Lingkup Komunikasi Pemasaran Terpadu	24
2.1.7	Definisi Citra.....	32
	2.1.7.1 Definisi Citra Perusahaan	33
	2.1.7.2 Proses Pembangkit Citra	34
	2.1.7.3 Alasan-alasan Pentingnya Membangun Citra	35
	2.1.7.4 Dimensi Citra	36
2.1.8	Hubungan Antara Komunikasi Pemasaran Terpadu dengan citra Perusahaan.....	37
2.1.9	Penelitian Terdahulu	38
2.2	Kerangka Pemikiran.....	40
2.3	Hipotesis Penelitian.....	43

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN..... 44

3.1	Objek Penelitian	44
	3.1.1 Sejarah Singkat SA <i>Wedding and Event Organizer</i>	44
	3.1.2 Visi Dan Misi SA <i>Wedding and Event Organizer</i>	44
3.2	Metode Penelitian	45

3.2.1	Metode Yang Digunakan	45
3.2.2	Operasionalisasi Variabel	45
3.2.3	Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	48
3.2.4	Populasi dan Teknik Penentuan Sampel	50
3.2.4.1	Populasi	50
3.2.4.2	Ukuran Sampel	51
3.2.4.3	Teknik Penentuan Sampel	52
3.2.5	Teknik Pengumpulan Data	53
3.2.6	Rancangan Analisis Data	55
3.2.6.1	Uji Deskripsi Data	55
3.2.6.2	Uji Normalitas	56
3.2.6.3	Regresi Linier Sederhana	57
3.2.6.4	Analisis Korelasi	58
3.2.6.5	Analisis Koefisien Determinasi.....	59
3.2.6.6	Hipotesis Penelitian.....	60
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		63
4.1	Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas	63
4.1.1	Hasil Uji Validitas	63
4.1.2	Hasil Uji Reliabilitas	64
4.2	Analisis Deskriptif Data Responden	65
4.2.1	Usia Responden.....	66
4.2.2	Pekerjaan Responden	67
4.2.3	Pilihan Paket <i>Wedding SA Wedding</i>	68

4.2.4	Pilihan Gedung Pernikahan	69
4.2.5	Pilihan Konsep Pernikahan	70
4.2.6	Responden Mengetahui SA <i>Wedding</i>	71
4.3	Analisis Deskriptif Data Penelitian	72
4.3.1	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Komunikasi Pemasaran Terpadu (X)	72
4.3.1.1	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Periklanan (<i>Advertising</i>)	74
4.3.1.2	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>)	75
4.3.1.3	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Penjualan Pribadi (<i>Personal Selling</i>)	77
4.3.1.4	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Hubungan Masyarakat (<i>Public Relation</i>)	78
4.3.1.5	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Pemasaran Langsung (<i>Direct Marketing</i>)	80
4.3.2	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra Perusahaan (Y)	81
4.3.2.1	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Persepsi	82
4.3.2.2	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Kognisi.	84
4.3.2.3	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Motif	85
4.3.2.4	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Sikap	86
4.4	Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu (X) terhadap Citra Perusahaan (Y)	88

4.4.1 Uji Asumsi Klasik	88
4.4.1.1 Uji Normalitas Data	88
4.4.1.2 Analisis Persamaan Regresi Linier Sederhana	90
4.4.1.3 Analisis Koefisien Korelasi <i>Product Moment</i>	91
4.4.1.4 Analisis Koefisien Determinasi	92
4.4.1.5 Pengujian Hipotesis (Uji-t)	93
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	95
5.1 Kesimpulan	95
5.2 Saran	96
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Konsumen Yang Menggunakan SA <i>Wedding and Event Organizer</i> Tahun 2012-2013	6
Tabel 1.2	Pra Survey Terhadap Calon Pengantin dan Pengantin SA <i>Wedding and Event Organizer</i>	9
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	39
Tabel 3.1	Oprasionalisasi Variabel	47
Tabel 3.2	Jumlah <i>Event SA Wedding</i>	51
Tabel 3.3	Pedoman Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi	59
Tabel 4.1	Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel Komunikasi Pemasaran Terpadu (X).....	63
Tabel 4.2	Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel Citra Perusahaan (Y) 64	
Tabel 4.3	Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Penelitian .	65
Tabel 4.4	Usia Responden.....	66
Tabel 4.5	Pekerjaan Responden	67
Tabel 4.6	Pilihan Paket <i>Wedding SA Wedding</i>	68
Tabel 4.7	Pilihan Gedung Pernikahan Responden	69
Tabel 4.8	Konsep Pernikahan yang di Pilih Responden	70
Tabel 4.9	Responden Mengetahui SA <i>Wedding</i>	71
Tabel 4.10	Skor Jawaban Responden Terhadap Item-item Pertanyaan pada Variabel Komunikasi Pemasaran Terpadu (X)	73
Tabel 4.11	Skor Jawaban Responden Terhadap Item Pertanyaan 1	74

Tabel 4.12	Skor Jawaban Responden Terhadap Item Pertanyaan 2	75
Tabel 4.13	Skor Jawaban Responden Terhadap Item Pertanyaan 3	76
Tabel 4.14	Skor Jawaban Responden Terhadap Item Pertanyaan 4	76
Tabel 4.15	Skor Jawaban Responden Terhadap Item Pertanyaan 5	77
Tabel 4.16	Skor Jawaban Responden Terhadap Item Pertanyaan 6	78
Tabel 4.17	Skor Jawaban Responden Terhadap Item Pertanyaan 7	79
Tabel 4.18	Skor Jawaban Responden Terhadap Item Pertanyaan 8	79
Tabel 4.19	Skor Jawaban Responden Terhadap Item Pertanyaan 9	80
Tabel 4.20	Skor Jawaban Responden Terhadap Item-item Pertanyaan pada Variabel Citra Perusahaan (Y)	81
Tabel 4.21	Skor Jawaban Responden Terhadap Item Pertanyaan 10 ..	83
Tabel 4.22	Skor Jawaban Responden Terhadap Item Pertanyaan 11 ..	83
Tabel 4.23	Skor Jawaban Responden Terhadap Item Pertanyaan 12 ..	84
Tabel 4.24	Skor Jawaban Responden Terhadap Item Pertanyaan 13 ..	84
Tabel 4.25	Skor Jawaban Responden Terhadap Item Pertanyaan 14 ..	85
Tabel 4.26	Skor Jawaban Responden Terhadap Item Pertanyaan 15 ..	86
Tabel 4.27	Skor Jawaban Responden Terhadap Item Pertanyaan 16 ..	87
Tabel 4.28	Skor Jawaban Responden Terhadap Item Pertanyaan 17 ..	87
Tabel 4.29	Hasil Uji Normalitas	90
Tabel 4.30	Coefficients	90
Tabel 4.31	Model Summary.....	91
Tabel 4.32	Koefisien Korelasi dan Taksirannya	92
Tabel 4.33	Model Summary.....	92
Tabel 4.34	Coefficients	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model Proses Komunikasi	20
Gambar 2.2	Lingkup Pembahasan Komunikasi Pemasaran Terpadu	25
Gambar 2.3	Kerangka Pemikiran.....	42
Gambar 2.4	Paradigma Penelitian.....	43
Gambar 3.1	Skala Interval	54
Gambar 3.2	Kurva Hipotesis	62
Gambar 4.1	Diagram Data Responden SA Wedding	65
Gambar 4.2	Diagram Frekuensi Responden Berdasarkan Usia	66
Gambar 4.3	Diagram Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan	67
Gambar 4.4	Diagram Frekuensi Responden Berdasarkan Pilihan Paket <i>Wedding</i> SA <i>Wedding</i>	68
Gambar 4.5	Diagram Frekuensi Responden Berdasarkan Pilihan Gedung Pernikahan Responden.....	69
Gambar 4.6	Diagram Frekuensi Responden Berdasarkan Pilihan Konsep Pernikahan.....	70
Gambar 4.7	Diagram Frekuensi Responden Berdasarkan Dari mana mengetahui SA <i>Wedding</i>	70
Gambar 4.8	Grafik Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual	89
Gambar 4.9	Kurva Uji-t Dua Pihak	94

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1: Surat Keputusan Penulisan Skripsi

LAMPIRAN 2: Quesioner Penelitian

LAMPIRAN 3: Tabulasi Data Quesioner

LAMPIRAN 4: Kartu Bimbingan

LAMPIRAN 5: Hasil Uji SPSS

LAMPIRAN 6: Riwayat Hidup

