

## DAFTAR ISI

|  | <b>Hal</b> |
|--|------------|
| <b>LEMBAR PENGESAHAN</b>                                       |            |
| <b>LEMBAR PERNYATAAN</b>                                       |            |
| <i>ABSTRACT</i> .....  | i          |
| <b>ABSTRAK</b> .....   | ii         |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....                                    | iii        |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....  | v          |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....                                      | vii        |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....                                     | viii       |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....                                   | ix         |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b>                                       |            |
| 1.1 Latar Belakang Penelitian .....                            | 1          |
| 1.2 Identifikasi Masalah .....                                 | 7          |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....                                    | 7          |
| 1.4 Kegunaan Hasil Penelitian .....                            | 8          |
| 1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian .....                         | 9          |
| <b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b> |            |
| 2.1 Kajian Pustaka .....                                       | 10         |
| 2.1.1 Promosi Penjualan .....                                  | 10         |
| 2.1.1.1 Tujuan Promosi Penjualan .....                         | 11         |
| 2.1.1.2 Alat-alat Promosi Penjualan .....                      | 12         |
| 2.1.1.3 Karakteristik Promosi Penjualan .....                  | 14         |
| 2.1.2 Inovasi Produk .....                                     | 15         |
| 2.1.2.1 Ciri Inovasi Produk .....                              | 16         |
| 2.1.2.2 Indikator Inovasi Produk .....                         | 17         |
| 2.1.3 Segmentasi Pasar .....                                   | 18         |
| 2.1.3.1 Manfaat Segmentasi Pasar .....                         | 20         |
| 2.1.3.2 Jenis-Jenis Segmentasi Pasar .....                     | 21         |
| 2.1.3.3 Syarat Segmentasi Pasar .....                          | 22         |
| 2.1.3.4 Segmentasi Psikografis .....                           | 24         |
| 2.1.3.5 Indikator Segmentasi Psikografis .....                 | 26         |

|  |    |
|--|----|
| 2.1.4 Citra Perusahaan .....                       | 28 |
| 2.1.4.1 Manfaat Citra Perusahaan .....             | 30 |
| 2.1.4.2 Arti Penting Citra Perusahaan .....        | 30 |
| 2.1.4.3 Elemen-Element Citra Perusahaan .....      | 31 |
| 2.1.4.4 Proses Terbentuknya Citra Perusahaan ..... | 33 |
| 2.1.5 Penelitian Terdahulu .....                   | 34 |
| 2.2 Kerangka Pemikiran.....                        | 39 |
| 2.3 Hipotesis.....                                 | 45 |

### **BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

|  |    |
|--|----|
| 3.1 Objek Penelitian .....             | 46 |
| 3.1.1 Profil Buana Kassiti Group ..... | 46 |
| 3.1.2 Struktur Organisasi .....        | 48 |
| 3.1.3 Kegiatan Usaha .....             | 52 |
| 3.2 Metode Penelitian.....             | 53 |
| 3.2.1 Operasionalisasi Variabel.....   | 53 |
| 3.2.2 Teknik Pengumpulan Data .....    | 55 |
| 3.2.2.1 Jenis Data .....               | 55 |
| 3.2.2.2 Teknik Pengumpulan Data .....  | 56 |
| 3.2.2.3 Populasi & Sampel .....        | 56 |
| 3.2.3 Model Penelitian.....            | 59 |
| 3.2.4 Alat Analisis .....              | 66 |

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

|  |    |
|--|----|
| 4.1 Hasil Penelitian .....   | 69 |
| 4.1.1 Promosi Penjualan pada PT. Buana Kassiti Group .....   | 71 |
| 4.1.2 Inovasi Produk pada PT. Buana Kassiti Group .....  | 76 |
| 4.1.3 Segmentasi Psikografis pada PT. Buana Kassiti Group .....  | 80 |
| 4.2 Pembahasan .....   | 89 |
| 4.2.1 Pengaruh promosi penjualan, inovasi produk dan segmentasi psikografis terhadap citra perusahaan pada Buana Kassiti Group Tasikmalaya secara Parsial .....      | 95 |
| 4.2.2 Pengaruh promosi penjualan, inovasi produk dan segmentasi psikografis terhadap citra perusahaan pada Buana Kassiti Group Tasikmalaya secara bersama-sama ..... | 98 |

### **BAB V SIMPULAN DAN SARAN**

|                    |     |
|--------------------|-----|
| 5.1 Simpulan ..... | 101 |
| 5.2 Saran .....    | 103 |

|                             |            |
|-----------------------------|------------|
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b> | <b>105</b> |
|-----------------------------|------------|

## DAFTAR TABEL

| <b>Tabel</b> | <b>Judul</b>  | <b>Hal</b> |
|--------------|---|------------|
| 2.1          | Alat-alat Promosi Penjualan.....  | 12         |
| 2.2          | Perbandingan Penelitian Terdahulu .....   | 34         |
| 3.1          | Operasionalisasi Variabel .....   | 54         |
| 3.2          | Jumlah Unit Perumahan Buana Kassiti Group Bandung .....                                       | 57         |
| 3.3          | Proporsi Pengambilan Sampel .....   | 58         |
| 3.4          | Skala Likert Alternatif Jawaban, Skor Positif dan Skor Negatif.....                           | 61         |
| 3.5          | Pengaruh Langsung dan Tidak langsung Antara Variabel Penelitian .....                         | 65         |
| 4.1          | Klasifikasi Penilaian Indikator.....  | 72         |
| 4.2          | Rekapitulasi Skor promosi penjualan.....  | 73         |
| 4.3          | Rekapitulasi Skor inovasi produk .....  | 77         |
| 4.4          | Rekapitulasi Skor segmentasi psikografis.....   | 81         |
| 4.5          | Rekapitulasi Skor citra perusahaan .....  | 85         |
| 4.6          | Hubungan Antar Variabel Bebas Variabel $X_1$ $X_2$ dan $X_3$ .....                            | 90         |
| 4.7          | Koefisien Beta Variabel $X_1$ $X_2$ dan $X_3$ .....   | 91         |
| 4.8          | Koefisien Determinasi ( <i>R Square</i> ) .....   | 92         |
| 4.9          | Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Variabel $X_1$ $X_2$ dan $X_3$ terhadap Variabel Y ..... | 93         |
| 4.10         | Hasil Pengujian Secara Simlutan .....   | 95         |
| 4.11         | Hasil Pengujian Secara Parsial .....  | 99         |

## DAFTAR GAMBAR

| <b>Gambar</b> | <b>Judul</b>   | <b>Hal</b> |
|---------------|--|------------|
| 2.1           | Paradigma Penelitian .....   | 44         |
| 3.1           | Struktur organisasi .....  | 49         |
| 3.2           | Model Analisis Jalur.....  | 60         |
| 4.1           | Diagram Struktural Variabel $X_1$ , $X_2$ dan $X_3$ Terhadap $Y$ ..... | 92         |

## DAFTAR LAMPIRAN

| Lampiran | Judul  | Hal |
|----------|--|-----|
| 1        | Jadwal Penelitian .....                                      | 107 |
| 2        | Kuesioner .....  | 108 |
| 3        | Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....               | 113 |
| 4        | Data Ordinal Variabel $X_1$ , $X_2$ $X_3$ dan $Y$ .....      | 117 |
| 5        | Transformasi Data Variabel $X_1$ , $X_2$ $X_3$ dan $Y$ ..... | 125 |
| 6        | Data Interval Variabel $X_1$ , $X_2$ $X_3$ dan $Y$ .....     | 129 |
| 7        | Hasil Analisis Perhitungan dengan SPSS .....                 | 139 |
| 8        | Distribusi Frekuensi Jawaban Responden .....                 | 141 |