

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	ii
PENGESAHAN MUNAQOSAH	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
DAFTAR ISI	ix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Kontribusi Penelitian.....	5
E. Sistematika Penelitian	6
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Peningkatan Minat	8
B. Promosi.....	13
C. Integrated Marketing Communications (IMC).....	19
D. Hasil Penelitian Terdahulu	23
E. Kerangka Berpikir.....	25
F. Hipotesis Penelitian.....	26
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	29
B. Setting Penelitian	29
C. Sumber Data	29
D. Populasi dan Sampel	30
E. Desain dan Definisi Operasional Variabel	31
F. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	34
G. Teknik Pengumpulan Data	35
H. Teknik Analisis	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Objek Penelitian	41
B. Deskripsi Penelitian	42
C. Deskripsi Data Penelitian	44
D. Uji Instrumen	46
E. Uji Asumsi Klasik.....	47
F. Hasil Analisis Data.....	51
G. Pembahasan	54

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	56
B. Keterbatasan Penelitian	56
C. Saran	56

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

