

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	11
1.3. Tujuan Dan Manfaat Penelitian .....	13
1.3.1. Tujuan Penelitian .....	13
1.3.2. Manfaat Penelititan .....	13
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA .....	14
2.1. Landasan Teori .....	14
2.1.1 Bauran Pemasaran.....	18
2.1.2 Pengertian Promosi .....	21
2.1.3 Promosion Mix.....	23
2.1.4 Pengukuran Hasil Promosi.....	25
2.1.5 Perilaku Konsumen.....	25
2.1.6 <i>Personal Selling</i> .....	27
2.1.7 Bentuk-bentuk <i>Personal Selling</i> .....	29
2.1.8 Periklanan .....	31

2.1.9 Promosi Penjualan .....	37
2.1.10 Sikap Penumpang.....	40
2.2. Penelitian Terdahulu.....	41
2.3. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	43
2.4. Hipotesis.....	44
<b>BAB III. METODE PENELITIAN.....</b>	<b>45</b>
3.1. Variabel Penelitian .....	45
3.1.1. Variabel Dependen .....	45
3.1.2 Variabel Independent.....	45
3.1.3 Definisi Operasional.....	45
3.2. Populasi dan Sampel.....	46
3.2.1 Populasi .....	46
3.2.2 Sampel .....	47
3.3. Jenis dan Sumber Data .....	48
3.3.1 Data Primer.....	48
3.3.2 Data Sekunder .....	49
3.4. Metode Pengumpulan Data .....	49
3.4.1 Instrumen Pengumpulan Data .....	49
3.5. Metode Analisis.....	52
<b>BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>57</b>
4.1 Deskripsi Variabel.....	57
4.1.1. Identitas Responden.....	57
4.1.2. Distribusi Jawaban Responden tentang Variabel Penelitian.....	59
4.2 Hasil Penelitian.....	73
4.2.1. Hasil Uji Persyaratan Analisis .....	73
a. Uji Validitas .....	73
b. Uji Reliabilitas .....	75
c. Uji Normalitas.....	76
d. Uji Multikolinearitas.....	77

e. Uji Autokolerasi.....	78
f. Uji Heterokedasitas.....	79
4.2.2. Hasil Analisis Data .....	80
4.2.2.1 Pengaruh Sikap Penumpang (X1), Promosi (X2) Terhadap Upaya Peningkatan Jumlah Penumpang .....	80
4.2.2.2 Pengujian Terhadap koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t).....	82
4.2.2.3 Pengujian Terhadap Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji F) .....	84
4.2.2.4 Pengujian koefisien Determinasi .....	85
4.3 Pembahasan .....	86
4.3.1 Terdapat Pengaruh Signifikan Antara Sikap Penumpang Terhadap Upaya Peningkatan Jumlah Penumpang BRT Bus Rapid Transid Semarang .....	86
4.3.2 Terdapat Pengaruh Signifikan Antara Promosi Terhadap Upaya Peningkatan Jumlah Penumpang Bus Rapid Transid (BRT) Semarang .....	87
BAB V. PENUTUP .....	89
5.1. Simpulan .....	89
5.2. Keterbatasan Penelitian.....	90
5.3. Saran .....	90

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN-LAMPIRAN