

## DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR .....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR .....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian .....	7
TINJAUAN PUSTAKA .....	8
A. Landasan Teori.....	8
1. Promosi.....	8
2. Pemasaran.....	11
3. Keputusan Pembelian .....	14
4. Teori Efektivitas .....	16
5. Beras Paguh.....	17
6. Konsep <i>Structural Equation Model</i> (SEM).....	19
7. Tabulasi Sederhana dan Skor Rataan .....	22
B. Penelitian Terdahulu .....	23
C. Kerangka Pemikiran.....	25
D. Hipotesis.....	26
METODE PENELITIAN.....	27
A. Tempat dan Waktu Penelitian .....	27
B. Metode Penelitian.....	27
C. Populasi dan Sampel .....	27
D. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	29
E. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	30
F. Teknik Analisis Data.....	35
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	43

A. Gambaran Umum Wilayah Penelitian .....	43
B. Karakteristik dan Jawaban Responden.....	43
C. Analisis Bagian <i>Indikator Attention, Interest, Desire, Action</i> terhadap Keputusan Pembelian Beras Paguh.....	49
D. Analisis <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM).....	56
F. Analisis Hubungan Antar Variabel Structural Equation Model (SEM).....	58
G. Analisis Efektivitas Promosi dengan Model AIDA .....	65
PENUTUP.....	79
A. Kesimpulan .....	79
B. Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA .....	81
LAMPIRAN.....	85