

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN LAPORAN TUGAS AKHIR	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
Daftar Gambar	vii
Daftar Tabel	viii
INTISARI	ix
ABSTRACT	x
BAB I 1	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penulisan	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Batasan Masalah	6
BAB II7	
2.1 Gambaran Umum Perusahaan	7
2.2 Studi Literatur	8
2.1.1 Pengertian Promosi	8
2.1.2 Fungsi Promosi	10
2.2.3 Bauran Promosi	12
2.2.4 Strategi Promosi	16
2.2.5 Keputusan Pembelian	17
2.2.6 Jenis-jenis Perilaku Keputusan Pembelian	19
2.2.7 Faktor –faktor mempengaruhi perilaku pembelian	22
2.2 Pengertian Distro	27
2.3 Karakteristik Distro	28
2.4 Syarat Mendirikan Distro	30



2.5	Metode Penulisan	33
2.6	Alat Ukur	36
2.7	Definisi Operasional	41
BAB III		43
3.1	Analisis Deskriptif Aktivitas Promosi Distro Clio Apparel untuk Meningkatkan Penjualan Produk	43
3.1.1	Aktivitas Promosi Melalui Media Cetak	44
3.1.2	Aktivitas Promosi Melalui Media Internet	49
3.1.3	Aktivitas Promosi Melalui Media Sosial (Medsos)	50
3.1.4	Aktivitas Promosi Melalui Pameran Clothing/Distro	57
3.1.5	Aktivitas Promosi melalui Program Diskon	60
3.1.6	Aktivitas Promosi melalui Titip Jual atau Konsinyasi	62
3.1.7	Aktivitas Promosi melalui Endor Selebgram (Selebritis Instagram)	64
3.2	Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian Konsumen pada Distro Clio Apparel	65
3.2.1	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen pada Clio Apparel	66
3.2.2	Faktor Budaya	66
3.2.3	Faktor Sosial	69
3.2.4	Faktor Pribadi	70
3.3	Kendala yang Dialami Clio Apparel dalam Aktivitas Promosi	73
BAB IV		74
4.1	Kesimpulan	74
4.2	Saran	76
Daftar Pustaka		78
Lampiran		79