

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
.....	iv
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar belakang	3
1.3 Rumusan Masalah	11
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Kegunaan Penelitian.....	12
1.6 Sistematika Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Pemasaran.....	14
2.2 <i>Marketing mix</i>	14
2.3 Promosi.....	14
2.4 Lokasi	14
2.5 Keputusan Pembelian	15
2.6 Villa.....	15
2.7 Dimensi Promosi	15
2.8 Dimensi Lokasi	16
2.9 Dimensi Keputusan Pembelian	17

2.10 Hubungan Antara Promosi dengan Keputusan Pembelian.....	17
2.11 Hubungan Antara Lokasi dengan Keputusan Pembelian.....	18
2.12 Penelitian Terdahulu	18
2.13 Kerangka pemikiran	29
2.14 Hipotesis.....	29
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1 Jenis Penelitian	31
3.2 Variabel Operasional dan Skala Pengukuran	31
3.2.1 Variabel Operasional	31
3.2.2 Skala Pengukuran	34
3.3 Populasi dan Sampel	34
3.3.1 Populasi	34
3.3.2 Sampel	34
3.4 Tahapan Penelitian	36
3.5 Teknik Pengumpulan Data	36
3.5.1 Data Primer.....	36
3.5.2 Data Sekunder.....	36
3.6 Uji Validitas dan Realibilitas	37
3.6.1 Validitas.....	37
3.6.2 Uji Realibilitas	38
3.7 Teknik Analisis Data.....	39
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	39
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	41
3.7.3 Analisis Regresi Linier	42
3.8 Uji Hipotesis.....	42
3.8.1 Uji Simultan (Uji F).....	42
3.8.2 Uji Parsial (Uji T)	43
3.8.3 Uji Koefisien Determinasi (R Square).....	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1 Karakteristik Responden	45
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	46
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	46
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	47

4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	48
4.2 Hasil Penelitian	48
4.2.1 Analisis Deskriptif	48
4.2.2 Uji Asumsi Klasik	77
4.2.3 Uji Hipotesis	84
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	86
BAB V KESIMPULAN & SARAN	88
5.1 Kesimpulan.....	88
5.2 Saran.....	88
5.2.1 Saran untuk Perusahaan:.....	88
5.2.2 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	89
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN.....	93