

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN .....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRAK .....	vi
<i>ABSTRACT</i> .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	10
1.4 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA .....	13
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	13
2.1.2 Konsep Pariwisata.....	13
2.1.3 Konsep Promosi.....	14
2.1.4 Keputusan Pembelian .....	16
2.1.5 Bauran Promosi.....	21
2.2 Penelitian Terdahulu .....	37
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	39
2.4 Hipotesis .....	40
BAB III METODE PENELITIAN .....	41

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	41
3.2 Penentuan Populasi dan Sampel .....	44
3.3 Metode Penentuan Sampel .....	45
3.4 Jenis dan Sumber Data .....	46
3.5 Metode Pengumpulan Data .....	47
3.6 Teknik Analisis.....	48
3.7 Metode Analisis Data .....	49
3.7.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	49
3.7.2 Uji Asumsi Klasik.....	51
3.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda .....	52
3.7.4 Uji <i>Goodness of Fit</i> .....	53
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>56</b>
4.1 Deskripsi Obyek Penelitian.....	56
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	56
4.2 Gambaran Umum Responden .....	58
4.2.1 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
4.2.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	59
4.2.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Umur.....	60
4.2.4 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Rata-Rata Pengeluaran untuk berwisata per bulan.....	62
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian .....	63
4.3.1 Analisis Indeks Jawaban Responden .....	63
4.3.1.1 Analisis Indeks Jawaban Responden Tentang Keputusan Kunjungan .....	65
4.3.1.2 Analisis Indeks Jawaban Responden Terhadap Variabel Periklanan.....	67
4.3.1.3 Analisis Indeks Jawaban Responden Tentang Promosi Penjualan.....	69
4.3.1.4 Analisis Indeks Jawaban Responden Tentang Hubungan Masyarakat dan Publisitas.....	71

4.3.1.5 Analisis Indeks Jawaban Responden Tentang Pemasaran	
Langsung .....	73
4.4 Analisis Data dan Pembahasan .....	75
4.4.1 Uji Validitas .....	75
4.4.2 Uji Reliabilitas.....	77
4.4.3 Uji Asumsi Klasik.....	78
4.4.3.1 Uji Normalitas .....	78
4.4.3.2 Uji Multikolinearitas.....	79
4.4.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	81
4.4.4 Analisis Regresi Linier Berganda .....	82
4.4.5 Uji <i>Goodness of Fit</i> .....	84
4.4.5.1 Uji t.....	85
4.4.5.2 Uji F.....	87
4.4.5.3 Koefisiensi Determinasi ( $R^2$ ) .....	88
4.5 Pembahasan .....	89
BAB V PENUTUP .....	97
5.1 Kesimpulan.....	97
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	98
5.3 Saran .....	99
DAFTAR PUSTAKA .....	102
LAMPIRAN .....	104