

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK.....	ii
<i>ABSTRACT</i>	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Pelaksanaan Penelitian	9
1.5 Batasan dan Ruang Lingkup Masalah Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Bauran Pemasaran	11
2.1.1 Definisi Harga	11
2.1.2 Definisi Promosi.....	14
2.1.3 Definisi Lokasi	15
2.1.4 Definisi Keputusan Pembelian	17
2.2 Penelitian Terdahulu	24
2.3 Kerangka Berpikir	25
2.3.1 Hubungan Harga dengan Keputusan Pembelian	25
2.3.2 Hubungan Promosi dengan Keputusan Pembelian	25
2.3.3 Hubungan Lokasi dengan Keputusan Pembelian.....	26
2.4 Hipotesis	26
BAB III METODE PENELITIAN.....	27
3.1 Metode Penelitian.....	27
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian.....	27
3.3 Objek Penelitian	27
3.4 Jenis dan Sumber Data	28
3.4.1 Jenis Data	28
3.4.2 Sumber Data.....	28
3.5 Teknik Pengumpulan Data	28
3.6 Populasi dan Sampel Penelitian.....	29

3.6.1	Populasi.....	29
3.6.2	Sampel.....	29
3.7	Definisi Operasional Variabel.....	31
3.8	Skala Pengukuran Variabel.....	32
3.9	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	32
3.9.1	Uji Validitas.....	32
3.9.2	Uji Reliabilitas.....	33
3.10	Uji Asumsi Klasik.....	34
3.10.1	Uji Normalitas.....	34
3.10.2	Heterokedastisitas.....	34
3.10.3	Multikolinieritas.....	35
3.11	Teknik Analisis Data.....	35
3.11.1	Metode Analisis Deskriptif.....	35
3.11.2	Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	36
3.12	Uji Hipotesis.....	37
3.12.1	Uji Signifikan Simultan (Uji-F).....	37
3.12.2	Uji Signifikan Parsial (Uji-t).....	38
3.12.3	Koefisien Determinasi (R2).....	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		40
4.1	Hasil Penelitian.....	40
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	40
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	41
4.1.4	Deskripsi Instrumen Variabel Penelitian.....	42
4.1.5	Hasil Uji Validitas.....	50
4.1.6	Hasil Uji Reliabilitas.....	52
4.1.7	Hasil Uji Normalitas.....	53
4.1.8	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	54
4.1.9	Hasil Uji Multikolinearitas.....	55
4.1.10	Persamaan Regresi Linier Berganda.....	56
4.1.11	Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji-t).....	58
4.1.12	Uji Signifikansi Simultan (Uji-F).....	59
4.1.13	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R2).....	60
4.2	Pembahasan.....	61
4.2.1	Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Tipe 119m2	

PT. Nusantara Raya Citra.....	61
4.2.2 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Tipe 119m2 PT. Nusantara Raya Citra.....	61
4.2.3 Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Tipe 119m2 PT. Nusantara Raya Citra.....	62
4.2.4 Pengaruh Harga, Promosi dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Tipe 119m2 PT. Nusantara Raya Citra.....	62
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	67
5.1 Kesimpulan	67
5.2 Saran	67
DAFTAR PUSTAKA	69



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Tingkat Penjualan PT. Nusantara Raya Citra Periode 2013-2017.....	4
Gambar 2.1 Proses Pembelian Konsumen Model 5 tahap.....	22
Gambar 3.2 Kerangka Konseptual Antara Hubungan Harga, Hubungan Promosi, dan Hubungan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian	26



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data Penjualan PT. Nusantara Raya Citra Periode 2013-2017	5
Tabel 2. Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3.1 Operasional Variabel	31
Tabel 3.2 Instrumen Skala Likert	32
Tabel 3.3 Hubungan Antar Variabel	39
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	41
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	41
Tabel 4.4 Deskripsi Instrumen Variabel Harga	42
Tabel 4.5 Deskripsi Instrumen Variabel Promosi	45
Tabel 4.6 Deskripsi Instrumen Variabel Lokasi	47
Tabel 4.7 Deskripsi Instrumen Variabel Keputusan Pembelian	49
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Harga	50
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Promosi	50
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Lokasi	51
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	52
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas	53
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas	53
Tabel 4.14 Hasil Uji Heteroskedastisitas	55
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas	56
Tabel 4.16 Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji-t)	59
Tabel 4.17 Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji-F)	60
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi	60