

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SERTIFIKASI	ii
PENGESAHAN TESIS	iii
ABSTRACT	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah & Pertanyaan Penelitian	11
1.3. Tujuan Dan Manfaat Penelitian	12
1.3.1. Bagi Akademisi	13
1.3.2. Bagi Praktisi	13
1.4. Sistematika Penulisan	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1. Lokasi	16
2.1.1. Pengertian	16
2.1.2. Jenis Lokasi Usaha	17
2.1.3. Aspek-Aspek yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi	18
2.1.4. Dimensi dan Indikator Lokasi	19
2.2. Persepsi Harga	20
2.2.1. Pengertian	20
2.2.2. Fungsi Harga	21
2.2.3. Metode Penentuan Harga	22
2.2.4. Indikator Persepsi Harga	25
2.3. Kualitas Produk	26

2.3.1.	Pengertian.....	26
2.3.2.	Langkah-Langkah Merancang Produk	27
2.3.3.	Aspek-Aspek yang Menentukan Kualitas Produk.....	29
2.3.4.	Indikator Kualitas Produk.....	30
2.4.	Promosi	31
2.4.1.	Pengertian.....	31
2.4.2.	Jenis-Jenis Promosi Penjualan	32
2.4.3.	Faktor yang Menentukan Bentuk Promosi	33
2.4.4.	Indikator atau Dimensi Promosi	34
2.5.	Keputusan Pembelian.....	35
2.5.1.	Pengertian.....	35
2.5.2.	Tahap Keputusan Pembelian	36
2.5.3.	Aspek-Aspek yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	38
2.5.4.	Indikator Keputusan Pembelian	39
2.6.	Penelitian Terdahulu.....	42
2.7.	Framework Konseptual.....	45
2.8.	Hipotesis Penelitian.....	46
BAB III METODE PENELITIAN		48
3.1.	Jenis dan Sumber Data.....	48
3.2.	Populasi dan Sampel.....	49
3.3.	Definisi Operasional Variabel.....	51
3.4.	Metode Pengambilan Data	54
3.5.	Teknik Analisis Data	56
3.5.1.	Diskripsi Data.....	56
3.5.2.	Olah Data.....	56
BAB IV HASIL PENELITIAN.....		65
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	65
4.2.	Gambaran Umum Subjek Penelitian	67
4.3.	Lokasi Penelitian.....	68
4.4.	Karakteristik Responden Penelitian	68

4.4.1.	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	68
4.4.2.	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	70
4.5.	Uji Kelayakan Data.....	70
4.5.1.	Uji Validitas	70
4.5.2.	Uji Reliabilitas.....	73
4.6.	Statistik Deskriptif Karakteristik Responden.....	74
4.6.1.	Variabel Lokasi	74
4.6.2.	Variabel Persepsi Harga.....	75
4.6.3.	Variabel Kualitas Produk.....	77
4.6.4.	Variabel Promosi.....	79
4.6.5.	Variabel Keputusan pembelian	80
4.7.	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	82
4.7.1.	Uji Normalitas	82
4.7.2.	Uji Multikolinieritas	84
4.7.3.	Uji Heterokedastisitas.....	85
4.7.4.	Uji Autokorelasi	87
4.8.	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	89
4.9.	Hasil Uji Hipotesis.....	91
4.9.1.	Uji t (Pengaruh secara Parsial).....	91
4.9.2.	Uji F (Pengaruh secara Simultan)	93
4.9.3.	Koefisien Determinasi Model.....	95
4.10.	Pembahasan Antar Variabel Penelitian	97
4.10.1.	Terdapat Dampak Terhadap Lokasi dengan Keputusan Pembelian Untuk Hunian Apartemen Di Kawasan Grand Dhika City Lifestyle	97
4.10.2.	Terdapat Dampak Terhadap Persepsi Harga dengan Keputusan Pembelian Untuk Hunian Apartemen Di Kawasan Grand Dhika City Lifestyle	99
4.10.3.	Terdapat Dampak Terhadap Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian Untuk Hunian Apartemen Di Kawasan Grand Dhika City Lifestyle	100

4.10.4. Terdapat Dampak Promosi dengan Keputusan Pembelian Untuk Hunian Apartemen Di Kawasan Grand Dhika City Lifestyle.....	102
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	105
5.1. Kesimpulan.....	105
5.2. Keterbatasan Penulisan.....	106
5.3. Rekomendasi	107
5.3.1. Untuk Pelaku Usaha (Implikasi Manajerial)	107
5.3.2. Untuk Peneliti Selanjutnya	110
DAFTAR PUSTAKA.....	112
LAMPIRAN.....	117

FEB UNDIP