

## DAFTAR ISI

<b>PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	i
<b>PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN</b> .....	ii
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI</b> .....	iii
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	iv
<b>ABSTRACT</b> .....	v
<b>ABSTRAK</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	1
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	13
<b>1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian</b> .....	15
<b>1.3.1 Tujuan Penelitian</b> .....	15
<b>1.3.2 Kegunaan Penelitian</b> .....	16
<b>1.4 Sistematika Penulisan</b> .....	16
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	18
<b>2.1 Landasan Teori</b> .....	18
<b>2.1.1 Teori Perilaku Konsumen</b> .....	18
<b>2.1.2 Permintaan Pariwisata</b> .....	25
<b>2.1.3 Keputusan Pembelian</b> .....	29
<b>2.1.4 Konsep Dasar Pariwisata</b> .....	31
<b>2.1.5 Pariwisata Halal</b> .....	34
<b>2.1.6 Lokasi Strategis</b> .....	36
<b>2.1.7 Persepsi Harga</b> .....	38
<b>2.1.8 Citra Destinasi</b> .....	41

2.1.9 Penerapan Etika Bisnis Islam.....	43
2.2 Hubungan Antar Variabel Penelitian .....	46
2.2.1 Hubungan antara Lokasi Strategis dengan Keputusan Pembelian Produk Kepariwisataaan .....	46
2.2.2 Hubungan antara Persepsi Harga dengan Keputusan Pembelian Produk Kepariwisataaan .....	48
2.2.3 Hubungan antara Citra Destinasi dengan Keputusan Pembelian Produk Kepariwisataaan .....	49
2.2.4 Hubungan antara Penerapan Etika Bisnis Islam dengan Keputusan Pembelian Produk Kepariwisataaan .....	50
2.3 Penelitian Terdahulu .....	51
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	60
2.4 Hipotesis Penelitian.....	62
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>63</b>
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	63
3.1.1 Variabel Penelitian.....	63
3.1.2 Definisi Operasional.....	63
3.2 Populasi dan Sampel.....	74
3.2.1 Populasi.....	74
3.2.2 Sampel .....	74
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	75
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	76
3.5 Metode Analisis .....	76
3.5.1 Uji Instrumen .....	77
3.5.2 Uji Penyimpangan Asumsi Klasik .....	79
3.5.3 Analisis Regresi Linear Berganda .....	81
3.5.4 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	81
3.5.5 Uji Hipotesis .....	82
<b>BAB IV HASIL DAN ANALISIS .....</b>	<b>85</b>
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	85
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	85

4.1.2	<b>Gambaran Umum Responden</b> .....	88
4.2	<b>Analisis Data</b> .....	94
4.2.1	<b>Uji Validitas</b> .....	94
4.2.2	<b>Uji Reliabilitas</b> .....	96
4.2.3	<b>Uji Penyimpangan Asumsi Klasik</b> .....	96
4.2.4	<b>Analisis Regresi Linier Berganda</b> .....	99
4.2.5	<b>Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)</b> .....	102
4.2.6	<b>Uji Hipotesis</b> .....	103
4.3	<b>Pembahasan</b> .....	108
4.3.1	<b>Pengaruh Lokasi Strategis terhadap Keputusan Pembelian Produk Kepariwisataa</b> .....	108
4.3.2	<b>Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Kepariwisataa</b> .....	109
4.3.3	<b>Pengaruh Citra Destinasi terhadap Keputusan Pembelian Produk Kepariwisataa</b> .....	112
4.3.4	<b>Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam terhadap Keputusan Pembelian Produk Kepariwisataa</b> .....	114
<b>BAB V PENUTUP</b> .....		116
5.1	<b>Simpulan</b> .....	116
5.2	<b>Keterbatasan</b> .....	117
5.3	<b>Saran</b> .....	117

**FEB UNDIP**