

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|---|------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN | iii |
| PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI | iv |
| ABSTRACT | v |
| ABSTRAK | vi |
| KATA PENGANTAR | vii |
| DAFTAR TABEL | xiv |
| DAFTAR GAMBAR | xv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xvi |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 14 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 17 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 17 |
| 1.5 Sistematika Penulisan | 18 |
| BAB II TELAAH PUSTAKA | 20 |
| 2.1 Landasan Teori | 20 |
| 2.1.1 Pengertian Pemasaran | 20 |
| 2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran | 22 |
| 2.1.3 Konsep Pemasaran | 22 |
| 2.1.4 Keputusan Konsumen | 24 |
| 2.1.5 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>) | 25 |
| 2.1.6 Produk | 26 |
| 2.1.7 Tempat | 28 |
| 2.1.8 Harga | 29 |

| | |
|---|-----------|
| 2.1.9 Promosi | 30 |
| 2.2 Penelitian Terdahulu | 35 |
| 2.3 Kerangka Pemikiran..... | 36 |
| 2.4 Hipotesis Penelitian | 37 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 39 |
| 3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional..... | 39 |
| 3.2 Populasi dan Sampel..... | 42 |
| 3.2.1 Populasi | 42 |
| 3.2.2 Sampel | 43 |
| 3.3 Jenis dan Sumber Data..... | 44 |
| 3.4 Metode Pengumpulan Data..... | 45 |
| 3.4.1 Kuesioner | 45 |
| 3.4.2 Studi Pustaka | 45 |
| 3.5 Metode Analisis Data..... | 46 |
| 3.5.1 Analisis Data Kualitatif..... | 46 |
| 3.5.2 Analisis Data Kuantitatif..... | 47 |
| 3.5.2.1 Uji Kualitas Data | 48 |
| 3.5.2.1.1 Uji Validitas..... | 48 |
| 3.5.2.1.2 Uji Reliabilitas | 48 |
| 3.5.2.2 Uji Asumsi Klasik..... | 49 |
| 3.5.2.2.3 Uji Normalitas Data..... | 49 |
| 3.5.2.2.1 Uji Asumsi Multikolinieritas | 50 |
| 3.5.2.2.2. Uji Asumsi Heteroskedastisitas | 50 |
| 3.5.2.3 Analisis Regresi Linier Berganda..... | 51 |
| 3.5.2.3.1 Koefisien Determinasi (R^2) | 53 |
| 3.5.2.3.2 Pengujian Hipotesis | 54 |
| 3.5.2.3.2.1 Uji T..... | 54 |
| 3.5.2.3.2.2 Uji F..... | 55 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | 57 |

| | |
|---|----|
| 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian | 57 |
| 4.2 Gambaran Umum Responden | 60 |
| 4.2.1 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 60 |
| 4.2.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia | 61 |
| 4.2.3 Gambaran Umum Berdasarkan Asal Negara | 62 |
| 4.2.4 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pekerjaan | 63 |
| 4.2.5 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Tujuan Berkunjung | 64 |
| 4.3 Deskripsi Variabel Penelitian | 65 |
| 4.3.1 Analisis Indeks Jawaban Responden Per Variabel | 65 |
| 4.3.3.1 Analisis Indeks Jawaban Responden Terhadap Produk | 67 |
| 4.1.3.2 Analisis Indeks Jawaban Responden Terhadap Tempat | 71 |
| 4.1.3.3 Analisis Indeks Jawaban Responden Terhadap Harga | 75 |
| 4.1.3.4 Analisis Indeks Jawaban Responden Terhadap Promosi | 78 |
| 4.1.3.5 Analisis Indeks Jawaban Responden Terhadap Keputusan Wisatawan Asing..... | 82 |
| 4.2 Analisis Data..... | 85 |
| 4.2.1 Uji Kuesioner | 85 |
| 4.2.1.1 Uji Validitas..... | 85 |
| 4.2.1.2 Uji Reliabelitas | 87 |
| 4.2.2 Uji Asumsi Klasik..... | 88 |
| 4.2.2.1 Uji Normalitas | 88 |
| 4.2.2.2 Uji Multikolinieritas | 89 |
| 4.2.2.3 Uji Heteroskedastisitas | 90 |
| 4.2.3 Hasil Analisis Regresi Berganda | 91 |
| 4.2.4 Pengujian Hipotesis | 94 |

| | |
|--|------------|
| 4.2.4.3 Koefisien Determinasi (R^2)..... | 94 |
| 4.2.4.2 Uji T..... | 94 |
| 4.2.4.1 Uji F (Uji Simultan)..... | 96 |
| 4.3 Pembahasan..... | 97 |
| BAB V PENUTUP..... | 102 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 102 |
| 5.2 Keterbatasan Penelitian..... | 107 |
| 5.2 Saran..... | 107 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 111 |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN..... | 114 |



FEB UNDIP