

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR	i
HALAMAN SAMPUL DALAM.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN MOTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I: PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian.....	7
E. Manfaat Penelitian.....	7
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian	9
G. Penegasan Istilah	10
H. Sistematika Penulisan Skripsi	20
BAB II: LANDASAN TEORI.....	21
A. Teori Bauran Pemasaran	21
B. Promosi.....	23
1. Pengertian Promosi	24
2. Indikator Promosi.....	25
3. Sarana Promosi	26
4. Tujuan Promosi	21
5. Faktor-faktor yang mempengaruhi promosi	29
C. Harga	30
1. Pengertian Harga.....	30
2. Indikator Harga	31
3. Tujuan Penetapan Harga	33
4. Strategi dalam Penetapan Harga	34
5. Peran Harga.....	36
D. Keputusan Pembelian.....	37
1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	37

2. Proses Pengambilan Keputusan	38
3. Faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian	40
E. Fasilitas.....	41
1. Pengertian Fasilitas	41
2. Indikator Fasilitas	41
3. Dimensi Fasilitas	43
F. Kualitas Pelayanan	47
1. Pengertian Kualitas Pelayanan	47
2. Dimensi Kualitas Pelayanan.....	48
G. Penelitian Terdahulu	49
H. Kerangka Konseptual	52
I. Hipotesis Penelitian.....	53
BAB III: METODE PENELITIAN.....	53
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	53
1. Pendekatan Penelitian	53
2. Jenis Penelitian.....	53
B. Populasi, <i>Sampling</i> , dan Sampel	54
1. Populasi.....	54
2. <i>Sampling</i>	54
3. Sampel.....	54
C. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran	54
1. Sumber Data.....	54
2. Variabel	55
3. Skala Pengukuran.....	56
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian.....	57
E. Teknik Analisis Data.....	57
1. Uji Validitas	60
2. Uji Reliabilitas	60
3. Uji Asumsi Klasik.....	61
4. Analisis Regresi Linier Berganda	63
5. Uji Hipotesis	64
6. Koefisien Determinasi (R^2).....	65
BAB IV: HASIL PENELITIAN	66
A. Temuan Penelitian.....	66
B. Deskripsi Data	68
C. Pengujian Data	71
1. Uji Asumsi Klasik.....	71
2. Analisis Regresi Linier Berganda	78
3. Uji Hipotesis	80

4. Koefisien Determinasi (R^2)	84
BAB V: PEMBAHASAN.....	85
A. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Cahaya Madinah Tour And Travel Tulungagung.....	85
B. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Cahaya Madinah Tour And Travel Tulungagung	87
C. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Cahaya Madinah Tour And Travel Tulungagung.....	90
D. Pengaruh Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Cahaya Madinah Tour And Travel Tulungagung.....	92
BAB VI: PENUTUP.....	95
A. Kesimpulan.....	95
B. Saran.....	96
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	