

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	
DAFTAR GAMBAR	
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Rumusan Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	9
1.6 Kerangka Pemikiran	10
1.7 Hipotesis	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pemasaran.....	17
2.1.1 Pengertian Pemasaran	17
2.1.2 Pengertian Bauran Pemasaran	19
2.2 Harga	20
2.2.1 Pengertian Harga	20
2.2.2 Kebijakan Harga	21
2.2.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penetapan Harga.....	21
2.2.4 Metode Penetapan Harga	23

2.2.5	Strategi Penetapan Harga.....	23
2.2.6	Instrumen Pembayaran Dalam Penetapan Harga	25
2.2.7	Tata Cara Pembayaran Dalam Perspektif Properti	27
2.3	Produk.....	29
2.3.1	Pengertian Produk.....	29
2.3.2	Tingkatan Produk.....	31
2.3.3	Klasifikasi Produk	32
2.3.4	Bauran Produk	32
2.3.5	Atribut Produk	33
2.4	Tempat(Place).....	35
2.4.1	Pengertian Tempat	35
2.5	Promosi.....	36
2.5.1	Pengertian Promosi.....	36
2.5.2	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Promosi	37
2.5.3	Tujuan Promosi.....	39
2.5.4	Elemen-elemen Promosi.....	39
2.6	Minat Beli Konsumen.....	40
2.6.1	Pengertian Minat Beli Konsumen.....	40
2.6.2	Konsep Tentang Minat Beli Konsumen	41
2.6.3	Tahap-tahap Minat Beli Konsumen.....	42
2.6.4	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Prilaku Pembeli	42

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Desai Penelitian	45
3.2	Populasi dan Sampel.....	45
3.2.1	Populasi.....	45

3.2.2	Sampel	46
3.3	Jenis dan Sumber Data	47
3.3.1	Jenis Data.....	47
3.3.2	Teknik Pengumpulan Data	48
3.4	Variabel Penelitian	48
3.5	Teknis Pengolahan Data	51
3.5.1	Uji Variabel dan Uji Reliabilitas	51
3.5.1.1	Uji Validitas.....	51
3.5.1.2	Uji Reliabilitas	53
3.5.2	Metode Analisis.....	54
3.5.2.1	Analisis Regresi Berganda.....	54
3.5.2.2	Pengujian koefesien secara parsial (Uji t)	56
3.5.2.3	Pengujian koefisien secara simultan (Uji F).....	58
3.5.2.4	Analisis Korelasi (r)	59
3.5.2.5	Koefisien determinasi (R^2)	60
3.6	Jadwal Penelitian	61
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	62
4.1	Gambaran Umum Perusahaan	62
4.2	Hasil penelitian	64
4.2.1	Hasil Uji Validitas	66
4.2.2	Hasil Uji Reliabilitas	67
4.2.3	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	69
4.2.4	Uji Hipotesis Variabel Produk (X1) terhadap Minat Beli Konsumen (Uji-t)	71
4.2.5	Uji Hipotesis Variabel Harga (X2) terhadap Minat Beli	

	Konsumen (Uji-t)	72
4.2.6	Hipotesis Variabel Tempat (X3) terhadap Minat Beli	
	Konsumen (Uji-t)	73
4.2.7	Hipotesis Variabel Promosi (X4) terhadap Minat Beli	
	Konsumen (Uji-t)	74
4.2.8	Hipotesis Variabel Bauran Pemasaran (X1,X2,X3,X4)	
	terhadap Minat Beli Konsumen (Y) (Uji F).....	75
4.2.9	Hasil Analisis Korelasi (r)	77
4.2.10	Koefisien Determinasi (R ²)	79
4.3	Pembahasan	80
4.3.1	Pengaruh Produk terhadap Minat Beli Konsumen Pada	
	Perumahan Eastern Hills Regency	80
4.3.2	Pengaruh Harga terhadap Minat Beli Konsumen Pada	
	Perumahan Eastern Hills Regency	80
4.3.3	Pengaruh Tempat terhadap Minat Beli Konsumen Pada	
	Perumahan Eastern Hills Regency	81
4.3.4	Pengaruh Promosi terhadap Minat Beli Konsumen Pada	
	Perumahan Eastern Hills Regency	82
4.3.5	Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Minat Beli	
	Konsumen Pada Perumahan Eastern Hills Regency	82
BAB V	PENUTUP	84
	5.1 Simpulan	84
	5.2 Saran	86
	DAFTAR PUSTAKA	88

LAMPIRAN-LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Konsumen Pada Perumahan Eastern Hills Regency Tahun 2008-2013	7
Tabel 3.1	Operasionalisasi variabel Penelitian	49
Tabel 3.2	Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi	60
Tabel 3.3	Jadwal Penelitian	61
Tabel 4.1	Tabulasi Data dari Hasil Kuesioner	64
Tabel 4.2	Hasil Pengujian Validitas Variabel Penelitian.....	66
Tabel 4.3	Hasil Uji Reliabilitas Produk	67

Tabel 4.4	Hasil Uji Reliabilitas Harga.....	67
Tabel 4.5	Hasil Uji Reliabilitas Tempat	68
Tabel 4.6	Hasil Uji Reliabilitas Promosi	68
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas Minat Beli Konsumen	68
Tabel 4.8	Hasil Analisis Regresi linier Berganda.....	69
Tabel 4.9	Hasil Uji F ANOVA	76
Tabel 4.10	Matriks Korelasi	78
Tabel 4.11	Koefisien determinasi Secara Simultan	79



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Bauran Pemasaran (Marketing Mix)	6
Gambar 1.2 kerangka Pemikiran	15
Gambar 4.1 Gerbang masuk Eastern Hills Regency	63
Gambar 4.2 Daerah Keputusan Hipotesis.....	72
Gambar 4.3 Daerah Keputusan Hipotesis.....	73
Gambar 4.4 Daerah Keputusan Hipotesis.....	74
Gambar 4.5 Daerah Keputusan Hipotesis.....	75
Gambar 4.6 Daerah Penerimaan Dan Penolakan Ho Pada Pengujian Simultan	77

