

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER	1
TANDA PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI.....	ii
UCAPAN TERIMA KASIH	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI	vii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Manfaat Akademis	5
1.4.2 Manfaat Praktis	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Penelitian Terdahulu	6
2.2 <i>Grand Theory of Marketing</i>	12
2.3 Teori Marketing Mix	13
2.3.1 <i>Marketing Product</i>	14
2.3.2 <i>Marketing Price</i>	15
2.3.3 <i>Marketing Place</i>	16
2.3.4 <i>Marketing Promotion</i>	17
2.4 Keputusan Pembelian.....	17
2.4.1 Indikator Keputusan Pembelian.....	18
2.5 Konsep Penelitian	18
2.5.1 Strategi Marketing terhadap Keputusan Pembelian Properti	18

2.6	Operasional Variabel.....	19
2.7	Kerangka Penelitian.....	23
2.8	Hipotesis	23
BAB III METODE PENELITIAN		25
3.1	Metode Penelitian	25
3.2	Obyek Penelitian.....	25
3.3	Sumber Data	26
3.3.1	Populasi dan Sampel.....	27
3.3.2	Teknik Sampling	27
3.4	Instrumen	28
3.5	Teknik Pengolahan Data	28
3.5.1	Uji Validitas	28
3.5.2	Uji Reliabilitas.....	29
3.5.3	Uji Normalitas	29
3.5.4	Uji Regresi Linear Sederhana.....	30
3.5.5	Uji Koefisien Determinasi	31
3.5.6	Uji t.....	31
3.5.7	Uji ANOVA	31
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN		32
4.1	Profil Perusahaan	32
4.2	Hasil Pengolahan Data Deskriptif.....	32
4.2.1	Hasil Deskriptif Responden	33
4.2.2	Hasil Tingkat Analisa Indeks Variabel Strategi Pemasaran (X1)	36
4.2.3	Hasil Tingkat Analisa Indeks Variabel Keputusan Pembelian (Y)	38
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN		48
5.1	Kesimpulan.....	48
5.2	Saran	48
5.2.1	Saran Akademis	48
5.2.2	Saran Praktis.....	49
LAMPIRAN.....		55

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Penjualan Rumah PT. Tri Saudara Abadi Tahun 2022	2
Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan	7
Tabel 2.2 Operasional Variabel Strategi Marketing	20
Tabel 2.3 Operasional Variabel Keputusan Pembelian Konsumen (Y).....	22
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Rentang Umur.....	33
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	34
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	34
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Posisi Pekerjaan	35
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Rentang Pendapatan.....	35
Tabel 4.6 Pertanyaan Validasi Pembelian Properti.....	36
Tabel 4.7 Estimasi Harga yang Diharapkan Responden	36
Tabel 4.8 Hasil Deskriptif Variabel Strategi Marketing (X1)	37
Tabel 4.9 Hasil Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	41
Tabel 4.10 Validitas Variabel Strategi Pemasaran (X)	44
Tabel 4.11 Validitas Indikator Keputusan Pembelian.....	46
Tabel 4.12 Perhitungan Reliabilitas	47
Tabel 4.13 Perhitungan Uji Normalitas.....	48
Tabel 4.14 Perhitungan Uji Regresi Linear Sederhana	48
Tabel 4.15 Perhitungan Uji Koefisien Determinasi	49
Tabel 4.16 Perhitungan Uji t	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	23
Gambar 4.1 Logo Perusahaan PT. Tri Saudara Abadi.....	32