

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	11
1.4 Sistematika Penulisan.....	12
BAB II : TELAAH PUSTAKA.....	14
2.1 Pengertian Pemasaran.....	14
2.1.1 Bauran Pemasaran.....	15
2.2 Pengertian Persepsi.....	33
2.2.1 Pengertian Persepsi.....	33
2.2.2 Proses Persepsi.....	37
2.2.3 Fungsi Persepsi.....	49
2.3 Umroh.....	49
2.4 Penelitian Terdahulu.....	51
2.5 Kerangka Berfikir.....	53

2.6 Hipotesis	53
BAB III : METODE PENELITIAN.....	54
3.1 Lokasi Penelitian.....	54
3.2 Operasional Variabel	58
3.3 Populasi dan Sampel	58
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	59
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	60
3.6 Analisis Data.....	61
3.7 Analisis Regresi Linier Beganda.....	62
3.8 Koefisien Determinan	63
3.9 Uji f.....	63
BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	65
4.1 Sejarah Singkat Perusahaan	65
BAB V :HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	72
5.1 Karakteristik Responden.....	72
5.2 Deskripsi Variabel Penelitian.....	74
5.3 Uji Validitas dan Reliabilitas	96
5.4 Uji Koefisien Determinan	97
5.5 Uji Koefisien Regresi (Uji f).....	97
5.6 Uji Koefisien Regresi (Uji t).....	98
5.7 Pembahasan.....	100
BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN	103
6.1 Kesimpulan dan Saran	103

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN