

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	IV
KATA PENGANTAR	V
ABSTRAK	VII
<i>ABSTRACT</i>	VIII
DAFTAR ISI	IX
DAFTAR TABEL	XII
DAFTAR GAMBAR	XIII
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Kegunaan Penelitian	8
1.5 Waktu dan Periode Penelitian	9
BAB II	11
TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Rangkuman Teori	11
2.1.1 Komunikasi	11
2.1.2 Komunikasi Pemasaran	12
2.1.3 <i>Sales Promotion</i>	14
2.1.4 Minat Berlibur	16
2.1.5 Penelitian Terdahulu	16
2.1.6 Kerangka Pemikiran	21
2.1.7 Hipotesis Penelitian	22
2.1.8 Ruang Lingkup Penelitian	22
BAB III	23

METODE PENELITIAN	23
3.1 Rangkuman Teori.....	23
3.2 Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran	23
3.2.1 Operasional Variabel.....	23
3.2.2 Skala Pengukuran	25
3.3 Populasi dan Sampel.....	26
3.3.1 Populasi	26
3.3.2 Sampel.....	27
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.4.1 Data Primer.....	27
3.4.2 Data Sekunder	28
3.5 Uji Validitas dan Rabilitas	28
3.6 Teknik Analisis Data	33
3.7 Uji Asumsi Klasik	33
3.7.1 Uji Normalitas	33
3.7.2 Uji Linearitas	34
3.7.3 Uji Multikolinearitas	35
3.7.4 Uji Autokorelasi.....	36
3.7.5 Uji Heteroskedastisitas	36
3.8 Uji Statistik	37
3.8.1 Uji F	37
3.8.2 Uji t	39
BAB IV	41
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	41
4.1.1 Karakteristik Responden	41
4.2 Hasil Penelitian	42
4.2.1 Analisis Statistik Deskriptif	42
4.2.2 Uji Asumsi Klasik.....	43
4.2.3 Uji Hipotesis.....	47

4.3	Pembahasan	50
4.3.1	H ₁ Sales promotion Berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Berlibur ..	50
BAB V.....		51
KESIMPULAN DAN SARAN		51
5.1	Kesimpulan	51
5.2	Saran.....	51
5.2.1	Saran Akademis	51
5.2.2	Saran Praktis.....	52
DAFTAR PUSTAKA		53