

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xix</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xx</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xxi</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	8
1.4 Tujuan Penelitian .....	9
1.5 Manfaat Penelitian .....	9
1.6 Batasan Penelitian .....	10
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Strategi Pemasaran .....	11
2.2 Minat Pembelian .....	14
2.3 Perilaku Konsumen .....	18
2.3.1. Nilai ( <i>Value</i> ).....	18
2.4 Karakteristik Demografi Konsumen .....	26
2.5 Penelitian Terdahulu .....	27
2.6 Hipotesis & Kerangka Pemikiran.....	30
2.6.1 Keterikatan Antar Variabel .....	30
2.6.1.1 Pengaruh Nilai Fungsional Pada Minat Pembelian .....	30
2.6.1.2 Pengaruh Nilai Emosional Pada Minat Pembelian .....	31
2.6.1.3 Pengaruh Nilai Spiritual Pada Minat Pembelian .....	32
2.6.1.4 Pengaruh Nilai Simbolis dengan Minat Pembelian .....	34
2.6.2 Kerangka Pemikiran.....	35
<b>BAB III. METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Desain Penelitian.....	38
3.2 Variabel Penelitian .....	40
3.3 Populasi dan Sampel .....	43
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	45

3.5 Instrumen Penelitian.....	46
3.6 Validitas dan Reliabilitas .....	47
3.6.1 Validitas .....	47
3.6.2 Reliabilitas.....	47
3.7 Teknik Analisis Data.....	48
3.8 Objek Penelitian .....	51
3.8.1 Fenomena Bisnis Taman Pemakaman Di Jabodetabek .....	51
3.8.2 San Diego Hills .....	57
 <b>BAB IV. ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Studi Pra-Penelitian.....	62
4.1.1 Pemberitaan San Diego Hills .....	63
4.1.2 Aset Digital San Diego Hills.....	72
4.1.3 Testimoni Konsumen San Diego Hills.....	74
4.1.4 Hasil Studi Pra-Penelitian .....	85
4.2 Karakteristik Demografi Responden Penelitian.....	94
4.2.1 Usia .....	94
4.2.2 Agama & Etnis.....	95
4.2.3 Pendidikan & Pekerjaan.....	97
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	98
4.4 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	101
4.4.1 Variabel Nilai Fungsional Pada Sampel Penelitian .....	102
4.4.2 Variabel Nilai Emosional Pada Sampel Penelitian .....	103
4.4.3 Variabel Nilai Spiritual Pada Sampel Penelitian .....	105
4.4.4 Variabel Nilai Simbolis Pada Sampel Penelitian .....	107
4.4.5 Variabel Minat Pembelian Pada Sampel Penelitian.....	108
4.5 Analisis Deskriptif Pada Subsampel Penelitian Berdasarkan Profil Etnis.....	109
4.5.1 Analisis Deskriptif Responden Etnis Jawa .....	110
4.5.1.1 Variabel Nilai Fungsional Pada Responden Etnis Jawa .....	110
4.5.1.2 Variabel Nilai Emosional Pada Responden Etnis Jawa .....	112
4.5.1.3 Variabel Nilai Spiritual Pada Responden Etnis Jawa .....	113
4.5.1.4 Variabel Nilai Simbolis Pada Responden Etnis Jawa.....	114
4.5.1.5 Variabel Minat Pembelian Pada Responden Etnis Jawa.....	116
4.5.2 Analisis Deskriptif Responden Etnis Sunda .....	117
4.5.2.1 Variabel Nilai Fungsional Pada Responden Etnis Sunda .....	117
4.5.2.2 Variabel Nilai Emosional Pada Responden Etnis Sunda.....	119
4.5.2.3 Variabel Nilai Spiritual Pada Responden Etnis Sunda .....	120
4.5.2.4 Variabel Nilai Simbolis Pada Responden Etnis Sunda.....	122
4.5.2.5 Variabel Minat Pembelian Pada Responden Etnis Sunda.....	123
4.5.3 Analisis Deskriptif Responden Etnis Campuran Jawa dan Manado .....	125
4.5.3.1 Variabel Nilai Fungsional Pada Responden Etnis Jawa Manado ...	125
4.5.3.2 Variabel Nilai Emosional Pada Responden Etnis Jawa Manado ....	127
4.5.3.3 Variabel Nilai Spiritual Pada Responden Etnis Jawa Manado .....	128

4.5.3.4	Variabel Nilai Simbolis Pada Responden Etnis Jawa Manado.....	129
4.5.3.5	Variabel Minat Pembelian Pada Responden Etnis Jawa Manado ..	130
4.5.4	Analisis Deskriptif Responden Etnis Campuran Jawa dan Maluku.....	132
4.5.4.1	Variabel Nilai Fungsional Pada Responden Etnis Campuran Jawa dan Maluku.....	132
4.5.4.2	Variabel Nilai Emosional Pada Responden Etnis Campuran Jawa dan Maluku.....	134
4.5.4.3	Variabel Nilai Spiritual Pada Responden Etnis Campuran Jawa dan Maluku.....	135
4.5.4.4	Variabel Nilai Simbolis Pada Responden Etnis Campuran Jawa dan Maluku.....	136
4.5.4.5	Variabel Minat Pembelian Pada Responden Etnis Campuran Jawa dan Maluku.....	137
4.5.5	Analisis Deskriptif Responden Etnis Campuran Betawi dan Karo.....	139
4.5.5.1	Variabel Nilai Fungsional Pada Responden Etnis Campuran Betawi dan Karo .....	139
4.5.5.2	Variabel Nilai Emosional Pada Responden Etnis Campuran Betawi dan Karo .....	140
4.5.5.3	Variabel Nilai Spiritual Pada Responden Etnis Campuran Betawi dan Karo .....	141
4.5.5.4	Variabel Nilai Simbolis Pada Responden Etnis Campuran Betawi dan Karo .....	142
4.5.5.5	Variabel Minat Pembelian Pada Responden Etnis Campuran Betawi dan Karo .....	144
4.5.6	Analisis Deskriptif Responden Etnis Sumatra .....	145
4.5.6.1	Variabel Nilai Fungsional Pada Responden Etnis Sumatra .....	145
4.5.6.2	Variabel Nilai Emosional Pada Responden Etnis Sumatra.....	147
4.5.6.3	Variabel Nilai Spiritual Pada Responden Etnis Sumatra .....	148
4.5.6.4	Variabel Nilai Simbolis Pada Responden Etnis Sumatra .....	149
4.5.6.5	Variabel Minat Pembelian Pada Responden Etnis Sumatra .....	151
4.5.7	Analisis Deskriptif Responden Etnis Batak .....	152
4.5.7.1	Variabel Nilai Fungsional Pada Responden Etnis Batak .....	152
4.5.7.2	Variabel Nilai Emosional Pada Responden Etnis Batak.....	154
4.5.7.3	Variabel Nilai Spiritual Pada Responden Etnis Batak .....	155
4.5.7.4	Variabel Nilai Simbolis Pada Responden Etnis Batak .....	156
4.5.7.5	Variabel Minat Pembelian Pada Responden Etnis Batak .....	158
4.5.8	Analisis Deskriptif Responden Etnis Sulawesi .....	159
4.5.8.1	Variabel Nilai Fungsional Pada Responden Etnis Sulawesi .....	159
4.5.8.2	Variabel Nilai Emosional Pada Responden Etnis Sulawesi .....	161
4.5.8.3	Variabel Nilai Spiritual Pada Responden Etnis Sulawesi .....	162
4.5.8.4	Variabel Nilai Simbolis Pada Responden Etnis Sulawesi .....	163
4.5.8.5	Variabel Minat Pembelian Pada Responden Etnis Sulawesi .....	164

4.5.9 Analisis Deskriptif Responden Etnis Bugis .....	165
4.5.9.1 Variabel Nilai Fungsional Pada Responden Etnis Bugis .....	165
4.5.9.2 Variabel Nilai Emosional Pada Responden Etnis Bugis.....	167
4.5.9.3 Variabel Nilai Spiritual Pada Responden Etnis Bugis .....	168
4.5.9.4 Variabel Nilai Simbolis Pada Responden Etnis Bugis .....	169
4.5.9.5 Variabel Minat Pembelian Pada Responden Etnis Bugis .....	170
4.5.10 Analisis Deskriptif Responden Etnis Sulawesi Utara .....	171
4.5.10.1 Variabel Nilai Fungsional Pada Responden Etnis Sulawesi Utara .....	171
4.5.10.2 Variabel Nilai Emosional Pada Responden Etnis Sulawesi Utara .....	173
4.5.10.3 Variabel Nilai Spiritual Pada Responden Etnis Sulawesi Utara .....	174
4.5.10.4 Variabel Nilai Simbolis Pada Responden Etnis Sulawesi Utara .....	175
4.5.10.5 Variabel Minat Pembelian Pada Responden Etnis Sulawesi Utara .....	176
4.5.11 Analisis Deskriptif Responden Etnis Kalimantan.....	177
4.5.11.1 Variabel Nilai Fungsional Pada Responden Etnis Kalimantan ..	177
4.5.11.2 Variabel Nilai Emosional Pada Responden Etnis Kalimantan...	179
4.5.11.3 Variabel Nilai Spiritual Pada Responden Etnis Kalimantan .....	180
4.5.11.4 Variabel Nilai Simbolis Pada Responden Etnis Kalimantan.....	181
4.5.11.5 Variabel Minat Pembelian Pada Responden Etnis Kalimantan..	182
4.5.12 Analisis Deskriptif Responden Etnis Ambon .....	183
4.5.12.1 Variabel Nilai Fungsional Pada Responden Etnis Ambon.....	183
4.5.12.2 Variabel Nilai Emosional Pada Responden Etnis Ambon.....	185
4.5.12.3 Variabel Nilai Spiritual Pada Responden Etnis Ambon.....	186
4.5.12.4 Variabel Nilai Simbolis Pada Responden Etnis Ambon .....	187
4.5.12.5 Variabel Minat Pembelian Pada Responden Etnis Ambon .....	188
4.5.13 Analisis Deskriptif Responden Etnis Tionghoa .....	189
4.5.13.1 Variabel Nilai Fungsional Pada Responden Etnis Tionghoa.....	189
4.5.13.2 Variabel Nilai Emosional Pada Responden Etnis Tionghoa .....	191
4.5.13.3 Variabel Nilai Spiritual Pada Responden Etnis Tionghoa.....	193
4.5.13.4 Variabel Nilai Simbolis Pada Responden Etnis Tionghoa .....	194
4.5.13.5 Variabel Minat Pembelian Pada Responden Etnis Tionghoa.....	196
4.5.14 Analisis Deskriptif Responden Etnis Campuran Tionghoa dan Jawa.....	197
4.5.14.1 Variabel Nilai Fungsional Pada Responden Etnis Campuran Tionghoa dan Jawa.....	197
4.5.14.2 Variabel Nilai Emosional Pada Responden Etnis Campuran Tionghoa dan Jawa.....	199
4.5.14.3 Variabel Nilai Spiritual Pada Responden Etnis Campuran Tionghoa dan Jawa.....	200
4.5.14.4 Variabel Nilai Simbolis Pada Responden Etnis Campuran	

Tionghoa dan Jawa.....	201
4.5.14.5 Variabel Minat Pembelian Pada Responden Etnis Campuran Tionghoa dan Jawa.....	202
4.5.15 Analisis Deskriptif Responden Etnis Campuran Tionghoa dan Sunda....	204
4.5.15.1 Variabel Nilai Fungsional Pada Responden Etnis Campuran Tionghoa dan Sunda.....	204
4.5.15.2 Variabel Nilai Emosional Pada Responden Etnis Campuran Tionghoa dan Sunda.....	206
4.5.15.3 Variabel Nilai Spiritual Pada Responden Etnis Campuran Tionghoa dan Sunda.....	207
4.5.15.4 Variabel Nilai Simbolis Pada Responden Etnis Campuran Tionghoa dan Sunda.....	208
4.5.15.5 Variabel Minat Pembelian Pada Responden Etnis Campuran Tionghoa dan Sunda.....	209
4.6 Analisis Deskriptif Pada Subsampel Penelitian Berdasarkan Profil Agama .....	210
4.6.1 Analisis Deskriptif Responden Yang Menganut Agama Islam .....	211
4.6.1.1 Variabel Nilai Fungsional Pada Responden Yang Menganut Agama Islam .....	211
4.6.1.2 Variabel Nilai Emosional Pada Responden Yang Menganut Agama Islam .....	213
4.6.1.3 Variabel Nilai Spiritual Pada Responden Yang Menganut Agama Islam .....	215
4.6.1.4 Variabel Nilai Simbolis Pada Responden Yang Menganut Agama Islam .....	216
4.6.1.5 Variabel Minat Pembelian Pada Responden Yang Menganut Agama Islam .....	218
4.6.2 Analisis Deskriptif Responden Yang Menganut Agama Kristen Protestan.....	219
4.6.2.1 Variabel Nilai Fungsional Pada Responden Yang Menganut Kristen Protestan .....	219
4.6.2.2 Variabel Nilai Emosional Pada Responden Yang Menganut Kristen Protestan .....	221
4.6.2.3 Variabel Nilai Spiritual Pada Responden Yang Menganut Kristen Protestan .....	223
4.6.2.4 Variabel Nilai Simbolis Pada Responden Yang Menganut Kristen Protestan .....	224
4.6.2.5 Variabel Minat Pembelian Pada Responden Yang Menganut Kristen Protestan .....	226
4.6.3 Analisis Deskriptif Responden Yang Menganut Agama Katolik .....	227
4.6.3.1 Variabel Nilai Fungsional Pada Responden Yang Menganut Agama Katolik .....	227
4.6.3.2 Variabel Nilai Emosional Pada Responden Yang Menganut Agama Katolik .....	229

4.6.3.3	Variabel Nilai Spiritual Pada Responden Yang Menganut Agama Katolik .....	231
4.6.3.4	Variabel Nilai Simbolis Pada Responden Yang Menganut Agama Katolik .....	232
4.6.3.5	Variabel Minat Pembelian Pada Responden Yang Menganut Agama Katolik .....	234
4.6.4	Analisis Deskriptif Responden Yang Menganut Agama Buddha.....	235
4.6.4.1	Variabel Nilai Fungsional Pada Responden Yang Menganut Agama Buddha.....	235
4.6.4.2	Variabel Nilai Emosional Pada Responden Yang Menganut Agama Buddha.....	237
4.6.4.3	Variabel Nilai Spiritual Pada Responden Yang Menganut Agama Buddha.....	238
4.6.4.4	Variabel Nilai Simbolis Pada Responden Yang Menganut Agama Buddha.....	239
4.6.4.5	Variabel Minat Pembelian Pada Responden Yang Menganut Agama Buddha.....	240
4.7	Analisis Deskriptif Pada Subsampel Penelitian Kategori Universal.....	241
4.7.1	Variabel Nilai Fungsional Pada Responden Kategori Universal .....	242
4.7.2	Variabel Nilai Emosional Pada Responden Kategori Universal.....	244
4.7.3	Variabel Nilai Spiritual Pada Responden Kategori Universal .....	246
4.7.4	Variabel Nilai Simbolis Pada Responden Kategori Universal.....	247
4.7.5	Variabel Minat Pembelian Pada Responden Kategori Universal .....	249
4.8	Analisis Regresi Linear Berganda Sampel Penelitian.....	250
4.8.1	Persamaan Regresi .....	250
4.8.2	Uji F .....	251
4.8.3	Uji T .....	252
4.8.3.1	Pengujian Hipotesis 1.....	252
4.8.3.2	Pengujian Hipotesis 2.....	253
4.8.3.3	Pengujian Hipotesis 3.....	253
4.8.3.4	Pengujian Hipotesis 4.....	254
4.8.4	Uji R <i>Square</i> .....	255
4.9	Pembahasan Hipotesis.....	255
4.10	Pembahasan .....	256
 <b>BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN</b>		
5.1	Kesimpulan .....	262
5.2	Implikasi Manajerial .....	263
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	264
5.4	Saran Untuk Penelitian Selanjutnya.....	265
 <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>266</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>269</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	28
Tabel 3.1 Skor Skala Likert .....	50
Tabel 3.2 Data Jumlah Kematian dan Permohonan Perizinan Pelayanan Pemakaman .....	52
Tabel 4.1 Operasionalisasi Konsep Variabel .....	92
Tabel 4.1 Lanjutan .....	93
Tabel 4.2 Profil Usia Responden Penelitian .....	94
Tabel 4.3 Profil Agama Responden Penelitian .....	95
Tabel 4.4 Profil Etnis Responden Penelitian.....	96
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel X .....	99
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Y .....	100
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas .....	101
Tabel 4.8 Penilaian Variabel Nilai Fungsional Pada Sampel Penelitian .....	102
Tabel 4.9 Penilaian Variabel Nilai Emosional Pada Sampel Penelitian .....	104
Tabel 4.10 Penilaian Variabel Nilai Spiritual Pada Sampel Penelitian .....	106
Tabel 4.11 Penilaian Variabel Nilai Simbolis Pada Sampel Penelitian .....	107
Tabel 4.12 Penilaian Variabel Minat Pembelian Pada Sampel Penelitian.....	108
Tabel 4.13 Penilaian Variabel Nilai Fungsional Pada Responden Etnis Jawa .....	111
Tabel 4.14 Penilaian Variabel Nilai Emosional Pada Responden Etnis Jawa .....	112
Tabel 4.15 Penilaian Variabel Nilai Spiritual Pada Responden Etnis Jawa .....	113
Tabel 4.16 Penilaian Variabel Nilai Simbolis Pada Responden Etnis Jawa .....	115
Tabel 4.17 Penilaian Variabel Minat Pembelian Pada Responden Etnis Jawa.....	116
Tabel 4.18 Penilaian Variabel Nilai Fungsional Pada Responden Etnis Sunda .....	118
Tabel 4.19 Penilaian Variabel Nilai Emosional Pada Responden Etnis Sunda .....	120
Tabel 4.20 Penilaian Variabel Nilai Spiritual Pada Responden Etnis Sunda .....	121
Tabel 4.21 Penilaian Variabel Nilai Simbolis Pada Responden Etnis Sunda .....	122
Tabel 4.22 Penilaian Variabel Minat Pembelian Pada Responden Etnis Sunda.....	124
Tabel 4.23 Penilaian Variabel Nilai Fungsional Pada Responden Etnis Campuran Jawa dan Manado .....	126
Tabel 4.24 Penilaian Variabel Nilai Emosional Pada Responden Etnis Campuran Jawa dan Manado .....	127
Tabel 4.25 Penilaian Variabel Nilai Spiritual Pada Responden Etnis Campuran Jawa dan Manado .....	128
Tabel 4.26 Penilaian Variabel Nilai Simbolis Pada Responden Etnis Campuran Jawa dan Manado .....	129
Tabel 4.27 Penilaian Variabel Minat Pembelian Pada Responden Etnis Campuran Jawa dan Manado .....	131
Tabel 4.28 Penilaian Variabel Nilai Fungsional Pada Responden Etnis Campuran Jawa dan Maluku.....	133

Tabel 4.29 Penilaian Variabel Nilai Emosional Pada Responden Etnis Campuran Jawa dan Maluku.....	134
Tabel 4.30 Penilaian Variabel Nilai Spiritual Pada Responden Etnis Campuran Jawa dan Maluku.....	135
Tabel 4.31 Penilaian Variabel Nilai Simbolis Pada Responden Etnis Campuran Jawa dan Maluku.....	136
Tabel 4.32 Penilaian Variabel Minat Pembelian Pada Responden Etnis Campuran Jawa dan Maluku.....	138
Tabel 4.33 Penilaian Variabel Nilai Fungsional Pada Responden Etnis Campuran Betawi dan Karo.....	139
Tabel 4.34 Penilaian Variabel Nilai Emosional Pada Responden Etnis Campuran Betawi dan Karo.....	141
Tabel 4.35 Penilaian Variabel Nilai Spiritual Pada Responden Etnis Campuran Betawi dan Karo.....	142
Tabel 4.36 Penilaian Variabel Nilai Simbolis Pada Responden Etnis Campuran Betawi dan Karo.....	143
Tabel 4.37 Penilaian Variabel Minat Pembelian Pada Responden Etnis Campuran Betawi dan Karo.....	144
Tabel 4.38 Penilaian Variabel Nilai Fungsional Pada Responden Etnis Sumatra ....	146
Tabel 4.39 Penilaian Variabel Nilai Emosional Pada Responden Etnis Sumatra.....	147
Tabel 4.40 Penilaian Variabel Nilai Spiritual Pada Responden Etnis Sumatra .....	148
Tabel 4.41 Penilaian Variabel Nilai Simbolis Pada Responden Etnis Sumatra.....	150
Tabel 4.42 Penilaian Variabel Minat Pembelian Pada Responden Etnis Sumatra ...	151
Tabel 4.43 Penilaian Variabel Nilai Fungsional Pada Responden Etnis Batak .....	153
Tabel 4.44 Penilaian Variabel Nilai Emosional Pada Responden Etnis Batak.....	154
Tabel 4.45 Penilaian Variabel Nilai Spiritual Pada Responden Etnis Batak .....	155
Tabel 4.46 Penilaian Variabel Nilai Simbolis Pada Responden Etnis Batak.....	157
Tabel 4.47 Penilaian Variabel Minat Pembelian Pada Responden Etnis Batak .....	158
Tabel 4.48 Penilaian Variabel Nilai Fungsional Pada Responden Etnis Sulawesi ...	160
Tabel 4.49 Penilaian Variabel Nilai Emosional Pada Responden Etnis Sulawesi....	161
Tabel 4.50 Penilaian Variabel Nilai Spiritual Pada Responden Etnis Sulawesi.....	162
Tabel 4.51 Penilaian Variabel Nilai Simbolis Pada Responden Etnis Sulawesi.....	163
Tabel 4.52 Penilaian Variabel Minat Pembelian Pada Responden Etnis Sulawesi ..	164
Tabel 4.53 Penilaian Variabel Nilai Fungsional Pada Responden Etnis Bugis .....	166
Tabel 4.54 Penilaian Variabel Nilai Emosional Pada Responden Etnis Bugis.....	167
Tabel 4.55 Penilaian Variabel Nilai Spiritual Pada Responden Etnis Bugis .....	168
Tabel 4.56 Penilaian Variabel Nilai Simbolis Pada Responden Etnis Bugis.....	169
Tabel 4.57 Penilaian Variabel Minat Pembelian Pada Responden Etnis Bugis .....	170
Tabel 4.58 Penilaian Variabel Nilai Fungsional Pada Responden Etnis Sulawesi Utara.....	172
Tabel 4.59 Penilaian Variabel Nilai Emosional Pada Responden Etnis Sulawesi Utara.....	173

Tabel 4.60	Penilaian Variabel Nilai Spiritual Pada Responden Etnis Sulawesi Utara.....	174
Tabel 4.61	Penilaian Variabel Nilai Simbolis Pada Responden Etnis Sulawesi Utara.....	175
Tabel 4.62	Penilaian Variabel Minat Pembelian Pada Responden Etnis Sulawesi Utara.....	177
Tabel 4.63	Penilaian Variabel Nilai Fungsional Pada Responden Etnis Kalimantan .....	178
Tabel 4.64	Penilaian Variabel Nilai Emosional Pada Responden Etnis Kalimantan .....	179
Tabel 4.65	Penilaian Variabel Nilai Spiritual Pada Responden Etnis Kalimantan .....	180
Tabel 4.66	Penilaian Variabel Nilai Simbolis Pada Responden Etnis Kalimantan .....	181
Tabel 4.67	Penilaian Variabel Minat Pembelian Pada Responden Etnis Kalimantan .....	182
Tabel 4.68	Penilaian Variabel Nilai Fungsional Pada Responden Etnis Ambon .....	184
Tabel 4.69	Penilaian Variabel Nilai Emosional Pada Responden Etnis Ambon .....	185
Tabel 4.70	Penilaian Variabel Nilai Spiritual Pada Responden Etnis Ambon .....	186
Tabel 4.71	Penilaian Variabel Nilai Simbolis Pada Responden Etnis Ambon .....	187
Tabel 4.72	Penilaian Variabel Minat Pembelian Pada Responden Etnis Ambon.....	189
Tabel 4.73	Penilaian Variabel Nilai Fungsional Pada Responden Etnis Tionghoa ..	190
Tabel 4.74	Penilaian Variabel Nilai Emosional Pada Responden Etnis Tionghoa...	192
Tabel 4.75	Penilaian Variabel Nilai Spiritual Pada Responden Etnis Tionghoa .....	193
Tabel 4.76	Penilaian Variabel Nilai Simbolis Pada Responden Etnis Tionghoa.....	195
Tabel 4.77	Penilaian Variabel Minat Pembelian Pada Responden Etnis Tionghoa .	196
Tabel 4.78	Penilaian Variabel Nilai Fungsional Pada Responden Etnis Campuran Tionghoa dan Jawa.....	198
Tabel 4.79	Penilaian Variabel Nilai Emosional Pada Responden Etnis Campuran Tionghoa dan Jawa.....	199
Tabel 4.80	Penilaian Variabel Nilai Spiritual Pada Responden Etnis Campuran Tionghoa dan Jawa.....	200
Tabel 4.81	Penilaian Variabel Nilai Simbolis Pada Responden Etnis Campuran Tionghoa dan Jawa.....	202
Tabel 4.82	Penilaian Variabel Minat Pembelian Pada Responden Etnis Campuran Tionghoa dan Jawa.....	203
Tabel 4.83	Penilaian Variabel Nilai Fungsional Pada Responden Etnis Campuran Tionghoa dan Sunda.....	205
Tabel 4.84	Penilaian Variabel Nilai Emosional Pada Responden Etnis Campuran Tionghoa dan Sunda.....	206
Tabel 4.85	Penilaian Variabel Nilai Spiritual Pada Responden Etnis Campuran Tionghoa dan Sunda.....	207

Tabel 4.86 Penilaian Variabel Nilai Simbolis Pada Responden Etnis Campuran Tionghoa dan Sunda.....	208
Tabel 4.87 Penilaian Variabel Minat Pembelian Pada Responden Etnis Campuran Tionghoa dan Sunda.....	209
Tabel 4.88 Penilaian Variabel Nilai Fungsional Pada Responden Yang Menganut Agama Islam .....	212
Tabel 4.89 Penilaian Variabel Nilai Emosional Pada Responden Yang Menganut Agama Islam .....	214
Tabel 4.90 Penilaian Variabel Nilai Spiritual Pada Responden Yang Menganut Agama Islam .....	215
Tabel 4.91 Penilaian Variabel Nilai Simbolis Pada Responden Yang Menganut Agama Islam .....	217
Tabel 4.92 Penilaian Variabel Minat Pembelian Pada Responden Yang Menganut Agama Islam .....	218
Tabel 4.93 Penilaian Variabel Nilai Fungsional Pada Responden Yang Menganut Agama Kristen Protestan.....	220
Tabel 4.94 Penilaian Variabel Nilai Emosional Pada Responden Yang Menganut Agama Kristen Protestan.....	222
Tabel 4.95 Penilaian Variabel Nilai Spiritual Pada Responden Yang Menganut Agama Kristen Protestan.....	223
Tabel 4.96 Penilaian Variabel Nilai Simbolis Pada Responden Yang Menganut Agama Kristen Protestan.....	225
Tabel 4.97 Penilaian Variabel Minat Pembelian Pada Responden Yang Menganut Agama Kristen Protestan.....	226
Tabel 4.98 Penilaian Variabel Nilai Fungsional Pada Responden Yang Menganut Agama Katolik .....	228
Tabel 4.99 Penilaian Variabel Nilai Emosional Pada Responden Yang Menganut Agama Katolik .....	230
Tabel 4.100 Penilaian Variabel Nilai Spiritual Pada Responden Yang Menganut Agama Katolik .....	231
Tabel 4.101 Penilaian Variabel Nilai Simbolis Pada Responden Yang Menganut Agama Katolik .....	233
Tabel 4.102 Penilaian Variabel Minat Pembelian Pada Responden Yang Menganut Agama Katolik .....	234
Tabel 4.103 Penilaian Variabel Nilai Fungsional Pada Responden Yang Menganut Agama Buddha.....	236
Tabel 4.104 Penilaian Variabel Nilai Emosional Pada Responden Yang Menganut Agama Buddha.....	237
Tabel 4.105 Penilaian Variabel Nilai Spiritual Pada Responden Yang Menganut Agama Buddha.....	238
Tabel 4.106 Penilaian Variabel Nilai Simbolis Pada Responden Yang Menganut Agama Buddha.....	239

Tabel 4.107 Penilaian Variabel Minat Pembelian Pada Responden Yang Menganut Agama Buddha.....	240
Tabel 4.108 Penilaian Variabel Nilai Fungsional Pada Responden Kategori Universal .....	243
Tabel 4.109 Penilaian Variabel Nilai Emosional Pada Responden Kategori Universal .....	245
Tabel 4.110 Penilaian Variabel Nilai Spiritual Pada Responden Kategori Universal .....	246
Tabel 4.111 Penilaian Variabel Nilai Simbolis Pada Responden Kategori Universal .....	248
Tabel 4.112 Penilaian Variabel Minat Pembelian Pada Responden Kategori Universal .....	249
Tabel 4.113 Hasil Uji T Pada Responden Penelitian .....	252

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	37
Gambar 3.1 Data Pelayanan Pemakaman/Penguburan untuk Pemakaman Baru dan Pemakaman Tumpang pada TPU Pengelolaan Pemprov DKI Jakarta per Tahun 2010-2020.....	52
Gambar 3.2 Data Permohonan Perizinan Pelayanan Pemakaman untuk Pemakaman Baru, Pemakaman Tumpang dan Perpanjangan Pengurusan Izin Penggunaan Tanah Makam per Tahun 2010-2020 .....	52
Gambar 3.3 Tampilan <i>Website</i> San Diego Hills .....	72
Gambar 3.4 Tampilan Instagram @sandiegohills.....	73
Gambar 3.5 Testimoni Konsumen 1 Pada <i>Website</i> San Diego Hills .....	80
Gambar 3.6 Testimoni Konsumen 2 Pada <i>Website</i> San Diego Hills .....	82
Gambar 4.1 Grafik Jenis Pekerjaan Responden Penelitian.....	97
Gambar 4.2 Grafik Pendidikan Terakhir Responden Penelitian.....	98
Gambar 4.3 Hasil Uji KMO and Bartlett pada Variabel Penelitian.....	100
Gambar 4.4 Daftar Harga dan Kategorisasi Kavling Makam Tipe <i>Semi Private</i> di San Diego Hills .....	242
Gambar 4.5 Hasil Uji Regresi Linear Berganda Pada Sampel Penelitian.....	250
Gambar 4.6 Hasil Uji F Pada Sampel Penelitian .....	251
Gambar 4.7 Hasil Uji R <i>Square</i> Pada Sampel Penelitian.....	255

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	269
Lampiran 2. Hasil Uji Validitas .....	272
Lampiran 3. Hasil Uji Reliabilitas .....	274
Lampiran 4. Hasil Uji Analisis Deskriptif Pada Subsampel Penelitian Berdasarkan Profil Etnis .....	276
Lampiran 5. Hasil Uji Analisis Deskriptif Pada Subsampel Penelitian Berdasarkan Profil Agama.....	291
Lampiran 6. Hasil Uji Analisis Deskriptif Pada Subsampel Penelitian Kategori Universal.....	295
Lampiran 7. Hasil Uji Analisis Regresi Berganda Pada Sampel Penelitian .....	296