

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Lembar Pengesahan	ii
Lembar Pernyataan	iii
Prakata	iv
Abstrak	v
Abstract	vi
Daftar Isi	vii
Daftar Tabel	ix
Daftar Gambar	x
Daftar Lampiran	xi
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Batasan Masalah	6
1.4 Rumusan Masalah	6
1.5 Tujuan Penelitian	6
1.6 Manfaat Penelitian	7
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Kajian Literatur	8
2.1.1. Definisi Pemasaran	8
2.1.2. Pengertian konsumen	8
2.1.3. Pengertian Perilaku Konsumen	9
2.1.4. Ciri-ciri Perilaku Konsumen	11
2.1.5. Karakteristik Perilaku Konsumen	12
2.1.6. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen	13
2.1.7. Proses Pengambilan Keputusan	21

2.1.8. Mini Market dan Pasar Tradisional	24
2.1.9. Analisis Regresi Logistik	25
2.2 Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan	27
BAB III. METODE PENELITIAN	30
3.1 Kerangka Pemikiran	30
3.2 Hipotesis Penelitian	32
3.3 Desain Penelitian	32
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran variabel	32
3.5 Teknik Pengambilan Sampel dan pengumpulan data	35
3.6 Uji Kualitas Data	36
3.7 Uji Prasyarat Analisis	36
3.8. Metode Analisis Data	37
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	40
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	40
4.2. Pembahasan	42
4.2.1. Karakteristik Responden	42
4.2.2. Uji Kualitas Data	47
4.2.3. Uji Prasyarat Analisis	48
4.2.4. Analisis Deskriptif	49
4.2.5. Hasil Analisis Regresi Logistik	53
4.2.6. Nilai Log Likelihood	59
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	61
5.1 Kesimpulan	61
5.2. Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN	65