

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAKSI	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1.Latar Belakang	1
1.2.Identifikasi dan Pembatasan Masalah	7
1.2.1. Identifikasi Masalah	7
1.2.2. Pembatasan Masalah	7
1.3.Perumusan Masalah	8
1.4.Tujuan Penelitian	9
1.5.Manfaat penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1. Landasan Teori	11
2.1.1.Perilaku Konsumen	11
2.1.2. Keputusan Pembelian	12
2.1.3.Motivasi Konsumen	15

2.1.4. Persepsi Kualitas	21
2.1.4.1. Dimensi Persepsi Kualitas	23
2.1.4.2. Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Kualitas..	27
2.1.5. Sikap Konsumen	29
2.1.5.1. Komponen Sikap	29
2.2. Hasil Penelitian Sebelumnya	34
2.3. Hubungan Antar Variabel	36
2.4. Hipotesis	38
2.5. Model Penelitian	39
BAB III METODE PENELITIAN	41
3.1. Desain Riset	41
3.2. Jenis dan Sumber Data	42
3.2.1. Jenis Data	42
3.2.2. Sumber Data	43
3.3. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	43
3.3.1. Populasi	43
3.3.2. Sampel	44
3.3.3. Teknik Pengambilan Sampel	45
3.4. Unit Analisis	47
3.5. Definisi Operasional Variabel	47
3.6. Teknik Analisis Data	50
3.6.1. Uji Validitas.....	50
3.6.2. Uji Reliabilitas	52
3.6.3. Uji Asumsi Klasik.....	53
3.6.4. Analisis Regresi Berganda	54
3.6.5. Pengujian Hipotesis	55
3.6.6. Koefisien Determinasi (R^2)	57

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	58
4.1. Hasil Penelitian	58
4.1.1. Deskriptif Data / Karakteristik Responden	58
4.1.2. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	63
4.1.3. Uji Asumsi Klasik	67
4.1.4.1. Hasil Uji Normalitas Data	67
4.1.4.2. Hasil Uji Multikolonieritas Data	68
4.1.4.3. Hasil Uji Heteroskedastisitas Data	69
4.1.4. Analisis Statistik	70
1. Uji Regresi Linear Berganda.....	70
2. Uji F	71
3. Uji t	72
4.1.5. Koefisien Determinasi (R^2)	73
4.2. Pembahasan Hasil Penelitian	74
4.3. Temuan Penelitian	80
4.4. Keterbatasan Penelitian	81
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	82
5.1. Kesimpulan	82
5.2. Saran	84
5.3. Implikasi Penelitian	85
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN	92

DAFTAR TABEL

Nomor	Nama Tabel	Halaman
1.1.	Top Brand Indeks Kategori Pasta gigi 2013-2016.....	3
1.2.	Data Pra Survey	5
2.1.	Hasil Penelitian Sebelumnya	35
3.1.	Jumlah Populasi	43
3.2.	Instrument Skala Likert Dalam Penelitian.....	46
3.3.	Operasional Variabel	49
3.4.	<i>Cronbach Alpha</i>	53
4.1.	Hasil Uji Validitas	64
4.2.	Hasil Uji Reliabilitas	66
4.3.	Hasil Uji Multikolonieritas Data	68
4.4.	Hasil Uji Regresi Linier Berganda	70
4.5.	Hasil Uji F (Pengujian secara simultan)	71
4.6.	Hasil Uji t (Pengujian secara parsial)	72
4.7.	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	73

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Nama Gambar	Halaman
2.1.	Proses Keputusan Pembelian	12
2.2.	Proses Motivasi	16
2.3.	Proses Perseptual	24
2.4.	Komponen Sikap	30
2.5.	Model Penelitian.....	40
4.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
4.2	Responden Berdasarkan Usia.....	59
4.3	Responden Berdasarkan Jurusan.....	60
4.4	Responden Berdasarkan Lama Pemakaian	61
4.5	Responden Berdasarkan Pembelian dalam 1 tahun Terakhir.....	62
4.6	Responden Berdasarkan yang Pernah Membeli dan Menggunakan Sepatu Casual Selain Converse.....	63
4.1.	Hasil Uji Normalitas Data Secara Grafik	67
4.2.	Hasil Uji Heteroskedastisitas Data	69

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Nama Lampiran	Halaman
1	Surat Permohonan Pengisian Kuesioner	91
2	Penelitian Pra Survey	95
3	Data Tabulasi Karakteristik 30 dan 100 Responden	96
4	Data Tabulasi 30 Responden	97
5	Data Tabulasi 100 Responden	98
6	Hasil Uji Pre Test Validitas	101
7	Hasil Uji Reliabilitas	108
8	Hasil Uji Asumsi Klasik	112
9	Hasil Uji Analisis Regresi	119