

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vi
ABSTRAK	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.....	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Perilaku Konsumen	9
2.1.1 Model Perilaku Konsumen	9
2.1.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	11
2.2 Keputusan Pembelian	11
2.2.1 Proses Keputusan Pembelian.....	12
2.2.2 Model Konsumen dalam Keputusan Pembelian.....	14
2.2.3 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	14
2.2.4 Dimensi Keputusan Pembelian.....	15
2.3 Minat Beli.....	16
2.3.1 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli.....	17
2.3.2 Dimensi Minat Beli.....	17
2.4 Lokasi	18
2.4.1 Faktor Yang Mempengaruhi Lokasi.....	19
2.4.2 Dimensi Lokasi	19

2.5	Harga	19
2.5.1	Penetapan Harga	20
2.5.2	Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penetapan Harga.....	21
2.5.3	Dimensi Harga	22
2.6	Hasil Penelitian Terdahulu	23
2.7	Hubungan Antar Variabel.....	28
2.7.1	Hubungan Lokasi (X_1) terhadap Minat Beli (Z).....	28
2.7.2	Hubungan Harga (X_2) terhadap Minat Beli (Z)	28
2.7.3	Hubungan Lokasi (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)....	29
2.7.4	Hubungan Harga (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	29
2.7.5	Hubungan Minat Beli (Z) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	29
2.7.6	Hubungan Lokasi (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) melalui Minat Beli (Z)	30
2.7.7	Hubungan Harga (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) melalui Minat Beli (Z)	30
2.8	Hipotesis	30
2.9	Metode Penelitian	31
BAB III METODE PENELITIAN		32
3.1	Desain Riset.....	32
3.2	Jenis dan Sumber Data	32
3.2.1	Jenis Data	32
3.2.2	Sumber Data	33
3.3	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	33
3.3.1	Populasi.....	33
3.3.2	Sampel	34
3.3.3	Teknik Pengambilan Sampel	34
3.4	Unit Analisis	34
3.5	Definisi Operasional Variabel	35
3.5.1	Lokasi (X_1).....	35
3.5.2	Harga (X_2).....	35
3.5.3	Minat Beli (Z)	35
3.5.4	Keputusan Pembelian (Y).....	36
3.6	Uji Instrumen.....	38
3.6.1	Uji Validitas	38
3.6.2	Uji Reliabilitas	38
3.7	Uji Asumsi Klasik	39
3.7.1	Uji Normalitas.....	39
3.7.2	Uji Multikolinieritas	39
3.7.3	Uji Heteroskedastisitas	40
3.8	Teknik Analisis Data	40
3.8.1	Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	40
3.8.2	Uji F.....	43
3.8.3	Uji t (Parsial).....	43

3.8.4 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	43
BAB IV HASIL PENELITIAN	45
4.1 Karakteristik Responden.....	45
4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	48
4.2.1 Uji Validitas.....	48
4.3 Uji Reliabilitas.....	51
4.4 Analisis Deskriptif Penelitian.....	51
4.5 Uji Asumsi Klasik	57
4.5.1 Uji Normalitas	57
4.5.2 Uji Multikolinearitas	58
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas	59
4.5.4 Uji F.....	59
4.5.5 Uji t.....	60
4.6 Analisis Jalur (Path Analysis)	61
4.6.1 Analisis Jalur Path Tahap 1	62
4.6.2 Analisis Jalur Path Tahap 2	64
BAB V PEMBAHASAN	71
5.1 Pembahasan Hasil Penelitian.....	71
5.1.1 Pengaruh Lokasi (X_1) terhadap Minat Beli (Z)	71
5.1.2 Pengaruh Harga (X_2) terhadap Minat Beli (Z)	71
5.1.3 Pengaruh Lokasi (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	72
5.1.4 Pengaruh Harga (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	72
5.1.5 Pengaruh Minat Beli (Z) terhadap Keputusan Pembelian (Y) 72	
5.2 Temuan Penelitian	74
5.3 Keterbatasan Penelitian	74
BAB VI PENUTUP	75
6.1 Kesimpulan.....	75
6.2 Saran	75
6.2.1 Saran dari penulis untuk PT Kirana Surya Perkasa	75
6.2.2 Saran untuk peneliti selanjutnya	76
6.3 Implikasi Penelitian	76
6.3.1 Implikasi Teoritis.....	76
6.3.2 Implikasi Praktis	76
DAFTAR REFERENSI	77
LAMPIRAN	79

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Perbandingan Harga Rumah dengan Perusahaan Lainnya	3
Tabel 1.2 Tabel Penjualan Rumah di Perumahan Kota Batara	4
Tabel 2.1 Model AIDA	16
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1 Skala Pengukuran	33
Tabel 3.2 Definisi Variabel	36
Tabel 3.3 Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha	39
Tabel 4.1 Tabel Uji Validitas	49
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas	51
Tabel 4.3 Indeks Lokasi	52
Tabel 4.4 Indeks Harga	53
Tabel 4.5 Indeks Minat Beli	55
Tabel 4.6 Indeks Keputusan Pembelian	56
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas	58
Tabel 4.8 Hasil Uji F	60
Tabel 4.9 Hasil Uji t	60
Tabel 4.10 Hasil Uji Regresi Lokasi, Harga terhadap Minat Beli	62
Tabel 4.11 Hasil Koefisien Determinasi Substruktural Persamaan I Lokasi dan Harga terhadap Minat Beli	63
Tabel 4.12 Hasil Koefisien Determinasi Lokasi, Harga dan Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian	64
Tabel 4.13 Hasil Koefisien Substruktural II Lokasi, Harga dan Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian	66
Tabel 4.14 Hasil Perhitungan Pengaruh	70

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Hasil Pra Survei Lokasi (X_1)	5
Gambar 1.2 Hasil Pra Survei Harga (X_2)	5
Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen	10
Gambar 2.2 Tahap Proses keputusan Pembelian	12
Gambar 2.3 Model Penelitian	31
Gambar 3.1 Hubungan Kausal Substruktural Persamaan 1	41
Gambar 3.2 Hubungan Kausal Substruktural Persamaan 2	42
Gambar 3.3 Konstruksi Diagram Jalur	42
Gambar 4.1 Responden Berdasarkan Usia	45
Gambar 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Gambar 4.3 Resonden Berdasarkan Pekerjaan	46
Gambar 4.4 Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	47
Gambar 4.5 Responden Berdasarkan Status	48
Gambar 4.6 Uji Normalitas	58
Gambar 4.7 Hasil Uji Heteroskedasitas	59
Gambar 4.8 Analisis Jalur Substruktural Persamaan I	64
Gambar 4.9 Analisis Jalur Substruktural Persamaan II	67
Gambar 4.10 Gabungan Tahap I dan tahap II Analisis Jalur	68

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Pra-Survei	79
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian	80
Lampiran 3 Data Karakteristik 30 Responden	84
Lampiran 4 Data Karakteristik 170 Responden	85
Lampiran 5 Tabulasi <i>Pre-Test</i> 30 Responden	86
Lampiran 6 Tabulasi data 145 Responden	89
Lampiran 7 Uji Validitas	91
Lampiran 8 Uji Reliabilitas	96
Lampiran 9 Nilai Koefisien Regresi dan Signifikan Tahap 1	98
Lampiran 10 Nilai Koefisien Regresi dan Signifikan Tahap 2	99