

DAFTAR ISI

HALAMAN

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAKSI	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah.....	11
1.2.1. Identifikasi Masalah	11
1.2.2. Pembatasan Masalah	11
1.3. Perumusan Masalah	12
1.4. Tujuan Penelitian	13
1.5. Manfaat Penelitian	13
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1. Perilaku Konsumen	15
2.1.1.Keputusan Pembelian	18
2.1.2 Motivasi Konsumen	22
2.1.3 Persepsi Konsumen	27
2.1.4 Sikap Konsumen	31
2.2. Hasil Penelitian sebelumnya	35
2.3. Hubungan antar Variabel	37
2.4. Hipotesis	39
2.5. Model Penelitian	40
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Desain Riset	41
3.2. Jenis dan Sumber Data	41
3.3. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	43
3.4. Unit Analisis	45
3.5. Definisi Operasional Variabel	45
3.6. Teknik Analisis Data	48

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1. Hasil Penelitian	58
4.1.1. Deskriptif Data/Karakteristik Responden	58
4.1.2. Hasil Penelitian	62
4.2. Pembahasan Hasil Penelitian	73
4.3. Temuan Penelitian	75
4.4. Keterbatasan penelitian	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	77
5.2. Saran	79
5.3. Implikasi Penelitian	85
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN	89