

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAKSI	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah	10
1.2.1. Identifikasi Masalah	10
1.2.2. Pembatasan Masalah	10
1.3. Perumusan Masalah	11
1.4. Tujuan Penelitian	12
1.5. Manfaat Penelitian	12
BAB II LANDASAN TEORI	14
2.1. Tinjauan Teori	14
2.1.1. Perilaku Konsumen	14
2.1.2. Keputusan Pembelian	15
2.1.2.1. Pengertian Keputusan Pembelian	15
2.1.2.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	15
2.1.2.3. Tingkat Pengambilan Keputusan Konsumen	23
2.1.2.4. Tahap-tahap Proses Keputusan Pembelian	24
2.1.3. Faktor Pribadi	26

2.1.4. Faktor Psikologis	31
2.2. Hasil Penelitian Sebelumnya	35
2.3. Hubungan antar Variabel	41
2.4. Hipotesis	43
2.5. Model Penelitian	44
BAB III METODE PENELITIAN	46
3.1. Desain Riset	46
3.2. Jenis dan Sumber Data	46
3.2.1. Jenis Data	46
3.2.2. Sumber Data	47
3.3. Populasi, Sampel dan Tehnik Pengambilan Sampel	47
3.3.1. Populasi	47
3.3.2. Sampel	48
3.3.3. Tehnik Pengambilan Sampel	48
3.4. Unit Analisis	49
3.5. Definisi Operasional Variabel	49
3.6. Tehnik Analisis Data	53
3.6.1. Metode Pengumpulan Data	53
3.6.2. Metode Analisis Data	55
3.6.3. Uji Asumsi Klasik	57
3.6.4. Analisis Regresi Linier Berganda	62
3.6.5. Uji t, Uji F, dan Koefisien Determinasi (R^2)	63
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	66
4.1. Hasil Penelitian	66
4.1.1. Deskriptif Data/Karakteristik Responden	66
4.1.2. Hasil Penelitian	72
4.2. Pembahasan Hasil Penelitian	91
4.3. Temuan Penelitian	95
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	97
5.1. Kesimpulan	97
5.2. Keterbatasan Penelitian	98

5.3. Saran	99
5.4. Implikasi Penelitian	100
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN	104