

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
IDENTITAS TIM PENGUJI TESIS.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN ORISINALITAS.....	iv
RIWAYAT HIDUP.....	v
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vi
ABSTRAK (BAHASA INDONESIA).....	vii
ABSTRACT (BAHASA INGGRIS).....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xivv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxv
I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
II. KAJIAN PUSTAKA.....	7
2.1. Penelitian Terdahulu.....	7
2.2. Landasan Teori.....	9
2.2.1. Pemasaran.....	9
2.2.2. Perilaku Konsumen (<i>Consumer Behavior</i>).....	12
2.2.3. Proses Pembelian.....	28
III. KERANGKA PENELITIAN.....	33
3.1. Kerangka Pikir.....	33
3.2. Model Analisis.....	34
3.3. Hipotesis.....	34
IV. METODE PENELITIAN.....	36
4.1. Pendekatan Penelitian.....	36
4.2. Tempat dan Waktu Penelitian.....	36
4.3. Populasi dan Sampel.....	37
4.4. Metode Pengumpulan Data.....	38
4.5. Variabel dan Definisi Operasional.....	39
4.6. Validitas dan Reliabilitas.....	46
4.7. Metode Analisis Data.....	47
4.7.1. Analisis Regresi Linear Berganda.....	47
4.7.2. Uji-F.....	47
4.7.3. Uji-t.....	48
4.7.4. Koefisien Determinasi.....	48

4.7.5. Uji Asumsi Klasik	48
V. ANALISA DAN PEMBAHASAN	52
5.1. Uji Validitas	52
5.2. Uji Reliabilitas	554
5.3. Analisis Deskriptif Karakteristik Responden	55
5.4. Hasil Analisis	60
5.4.1. Hasil Regresi Linear Berganda	60
5.4.2. Hasil Uji Asumsi Klasik	64
5.5. Pembahasan	68
5.5.1. Karakteristik Responden	68
5.5.2. Pengaruh Faktor Pribadi terhadap Keputusan Pembelian	69
5.5.3. Pengaruh Faktor Psikologi terhadap Keputusan Pembelian	71
5.5.4. Hasil Penelitian dan Implikasi Manajerial	73
5.6. Keterbatasan Penelitian	75
PENUTUP	76
6.1. Kesimpulan	76
6.2. Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN	80

