

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG.....	I-1
1.2 PERUMUSAN MASALAH.....	I-3
1.3 TUJUAN PENELITIAN	I-4
1.4 MANFAAT PENELITIAN	I-4
1.5 BATASAN MASALAH	I-4
1.6 SISTEMATIKA PENULISAN	I-5

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 PENGERTIAN PEMASARAN DAN MANAJEMEN PEMASARAN	II-1
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	II-1
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	II-1
2.1.3 Pengertian Bauran Pemasaran	II-2
2.1.4 Unsur Bauran Pemasaran (<i>marketing mix</i>).....	II-2
2.2 PERILAKU KONSUMEN.....	II-6
2.2.1 Pengertian Perilaku Konsumen	II-6
2.2.2 Perilaku Pembelian Konsumen.....	II-8
2.2.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Konsumen	II-10
2.3 KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN.....	II-12
2.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian	II-12
2.3.2 Jenis Perilaku Pembelian Konsumen.....	II-13

2.3.3 Proses Keputusan Pembelian.....	II-14
2.4 TEKNIK SAMPLING.....	II-17
2.4.1 Pengertian Sampel dan Populasi	II-17
2.4.2 Ukuran Sampel	II-17
2.4.3 Teknik-teknik Pengambilan Sampel.....	II-18
2.5 VARIABEL PENELITIAN.....	II-25
2.5.1 Klasifikasi Variabel Penelitian	II-25
2.5.2 Definisi Operasional Variabel Penelitian	II-25
2.6 INSTRUMEN PENELITIAN.....	II-28
2.6.1 Skala Pengukur	II-28
2.6.2 Uji Validitas.....	II-29
2.6.3 Uji Reliabilitas.....	II-30
2.6.4 Uji Multikolinieritas	II-30
2.6.5 Uji Normalitas	II-31
2.7 ANALISIS FAKTOR.....	II-32
2.7.1 Definisi Analisis Faktor.....	II-32
2.7.2 Tujuan Analisis Faktor	II-32
2.7.3 Fungsi Analisis Faktor.....	II-33
2.7.4 Jenis-jenis Metode Analisis Faktor	II-33
2.7.5 Beberapa Defini Dalam Analisis Faktor.....	II-34
2.7.6 Tahapan-tahapan Analisis Faktor	II-35
2.8 ANALISIS MULTIVARIAT	II-42
2.8.1 Kegunaan Regresi Linier Ganda.....	II-43
2.8.2 Pemodelan	II-44
2.8.3 Uji Asumsi Klasik	II-45
2.9 PENELITIAN KUALITATIF DAN PENELITIAN KUANTITATIF	II-48
2.9.1 Konsep dan Ragam Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif	II-49
2.9.2 Perbedaan Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif	II-50

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 <i>FLOW CHART</i> METODOLOGI PENELITIAN.....	III-1
3.2 URAIAN <i>FLOW CHART</i> METODOLOGI PENELITIAN	III-2
3.2.1 Perumusan Masalah.....	III-2

DAFTAR PUSTAKA	xii
LAMPIRAN A KUESIONER PENELITIAN.....	xiii
LAMPIRAN B HASIL PERHITUNGAN VALIDITAS DAN RELIABILITAS.....	xiv
LAMPIRAN C TABEL HARGA-HARGA KRITIS T DAN NILAI-NILAI r PRODUCT MOMENT	xv
LAMPIRAN D HASIL DATA KUESIONER VARIABEL X DAN VARIABEL Y..	xvi
LAMPIRAN E HASIL PENGOLAHAN DENGAN SPSS 17	xvii
LAMPIRAN F REKAPITULASI PERBAIKAN UJIAN SIDANG SKRIPSI	xviii
LAMPIRAN G BERITA ACARA BIMBINGAN	xix
LAMPIRAN H SURAT SURVEY.....	xx



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Contoh skala likert.....	II-29
Tabel 2.2 Contoh matriks data mentah.....	II-37
Tabel 2.3 Dummy hasil uji multikolinearitas	II-46
Tabel 2.4 Dummy hasil uji heteroskedastisitas	II-47
Tabel 3.1 Operasionalisasi variabel penelitian	III-4
Tabel 4.1 Daftar susunan pengurus PT GFGE	IV-1
Tabel 4.2 Rekapitulasi jumlah kuesioner	IV-2
Tabel 4.3 Variabel-variabel dalam kuesioner.....	IV-3
Tabel 4.4 Klasifikasi responden berdasarkan jenis kelamin.....	IV-4
Tabel 4.5 Klasifikasi responden berdasarkan usia	IV-5
Tabel 4.6 Klasifikasi responden berdasarkan pendidikan terakhir.....	IV-6
Tabel 4.7 Klasifikasi responden berdasarkan jenis pekerjaan.....	IV-7
Tabel 4.8 Klasifikasi responden berdasarkan penghasilan perbulan.....	IV-8
Tabel 4.9 Hasil uji validitas dari kuesioner	IV-10
Tabel 4.10 Hasil uji reliabilitas dari kuesioner.....	IV-11
Tabel 4.11 Descriptive Statistic Perilaku Konsumen	IV-12
Tabel 4.12 Correlation Matrix Perilaku Konsumen	IV-13
Tabel 4.13 KMO and Bartlett's Test Perilaku Konsumen	IV-13
Tabel 4.14 <i>Measure of Sampling Adequacy</i> (MSA) Perilaku Konsumen	IV-14
Tabel 4.15 Communalities Perilaku Konsumen.....	IV-15
Tabel 4.16 Total Variance Explained Perilaku Konsumen	IV-16
Tabel 4.17 <i>Rotated Component Matrix^a</i> Perilaku Konsumen	IV-18
Tabel 4.18 Pengelompokan Komponen Terhadap 9 Variabel.....	IV-19
Tabel 4.19 4 Faktor Dominan yang Terbentuk	IV-19
Tabel 4.20 <i>Coefficients^a</i> uji multikolinearitas dengan TOL.....	IV-20
Tabel 4.21 <i>Coefficients^a</i> hasil analisis regresi linier berganda	IV-22
Tabel 4.22 Correlation.....	IV-24
Tabel 4.23 Interval Koefisien Korelasi.....	IV-25
Tabel 4.24 Model Summary ^b	IV-26
Tabel 4.25 <i>Coefficients^a</i>	IV-27

Tabel 5.1 4Faktor Dominan yang terbentuk.....	V-2
Tabel 5.2 Coefficients ^a hasil analisis regresi linier berganda.....	V-3



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tingkatan saluran distribusi barang konsumsi.....	II-3
Gambar 2.2 Tingkatan saluran distribusi barang industri.....	II-3
Gambar 2.3 Model perilaku pembelian.....	II-9
Gambar 2.4 Model hirarki tanggapan.....	II-13
Gambar 2.5 <i>Consumer decision making</i>	II-14
Gambar 2.6 Tahapan penelitian menggunakan analisis faktor.....	II-35
Gambar 3.1 <i>Flow chart</i> metodologi penelitian.....	III-1
Gambar 3.2 Model penelitian	III-3
Gambar 4.1 Klasifikasi responden berdasarkan jenis kelamin.....	IV-4
Gambar 4.2 Klasifikasi responden berdasarkan usia.....	IV-5
Gambar 4.3 Klasifikasi responden berdasarkan pendidikan terakhir	IV-6
Gambar 4.4 Klasifikasi responden berdasarkan jenis pekerjaan	IV-7
Gambar 4.5 Klasifikasi responden berdasarkan penghasilan perbulan	IV-9
Gambar 4.6 <i>Scree plot</i> Faktor Perilaku Konsumen	IV-17
Gambar 4.7 <i>Normal probability plot</i> uji normalitas	IV-21
Gambar 4.8 <i>Normal probability plot</i> uji heteroskedastisitas	IV-22
Gambar 4.9 Uji signifikansi koefisien korelasi	IV-27
Gambar 5.1 Uji signifikansi koefisien korelasi	V-6