

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN SKRIPSI	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
1.5 Sistematika Penulisan	13
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	15
2.1 Landasan Teori.....	15
2.1.1 Keputusan pembelian.....	15
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	19
2.1.3 Strategi Pemasaran	27
2.1.4 Konsep Pemasaran Ritel	28
2.2 Penelitian Terdahulu.....	29
2.3 Ajuan Hipotesis	33
2.3.1 Pengaruh Faktor Budaya terhadap Keputusan pembelian	33
2.3.2 Pengaruh Faktor Sosial terhadap Keputusan Pembelian	33
2.3.3 Pengaruh Faktor Pribadi terhadap Keputusan Pembelian.....	33

2.3.4	Pengaruh Faktor Psikologis terhadap Keputusan Pembelian.....	34
2.4	Kerangka Pemikiran Teoritis	34
2.5	Hipotesis	36
BAB III METODE PENELITIAN		37
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	37
3.1.1	Definisi Operasional dan Indikator.....	38
3.2	Populasi dan Sampel.....	39
3.2.1	Populasi.....	39
3.2.2	Sampel.....	40
3.3	Jenis dan Sumber Data	41
3.3.1	Data Primer	41
3.3.2	Data Sekunder	41
3.4	Tempat dan Waktu Penelitian	42
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.6	Teknik Analisis Data	43
3.6.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	44
3.6.2	Uji Instrumen.....	44
3.6.3	Hipotesis.....	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		49
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	49
4.1.1	Gambaran Umum Responden	49
4.2.	Hasil Analisis	51
4.2.1.	Uji Instrumen.....	51
4.2.2	Analisis Regresi Linier Berganda.....	56
4.2.3	Hasil Uji Parsial.....	58
4.2.4	Pengujian Simultan (Uji f)	61
4.2.5	Hasil Uji Determinasi	62
4.3	Interprestasi Hasil.....	63
BAB V PENUTUP		68
5.1	Kesimpulan	68
5.2	Implikasi Teoritis	70
5.3	Implikasi Manajerial.....	71

5.4	Keterbatasan Penelitian	72
5.5	Saran untuk Penelitian Mendatang.....	73
DAFTAR PUSTAKA		74
LAMPIRAN		76