

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
INTISARI	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Pertanyaan Penelitian	12
1.4 Tujuan Penelitian.....	12
1.5 Kontribusi Penelitian.....	12
1.6Sistematika Penulisan.....	13
BAB 2 TELAAH PUSTAKA.....	15
2.1 <i>Sensory Marketing</i>	15
2.2 <i>Vision</i>	18
2.3 <i>Smell</i>	19
2.4 <i>Perceived Taste</i>	21
2.5 Minat Beli.....	21
2.6 Pengembangan Hipotesis	22
2.6.1 Hubungan antara <i>Vision</i> dan Minat Beli	22
2.6.2 Hubungan antara <i>Smell</i> dan Minat Beli	23
2.6.3 Hubungan antara <i>Perceived Taste</i> dan Minat Beli.....	24

2.7 Model Penelitian	24
2.8 Hipotesis Penelitian.....	25
BAB 3 METODE PENELITIAN	26
3.1 Variabel Penelitian	26
3.2 Definisi Operasional variabel.....	27
3.3 Populasi dan Sampel	30
3.4 Sumber Data.....	31
3.5 Pengujian Instrumen.....	32
3.5.1 Uji Validitas	32
3.5.2 Uji Reliabilitas	33
3.6 Metode Analisis.....	33
3.6.1 Uji Regresi Berganda	34
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	35
3.6.3 Uji Goodness of fit.....	38
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Hasil Penyebaran Kuesioner	40
4.2 Karakteristik Responden	41
4.3 Tanggapa Responden	43
4.4 Hasil Uji Instrumen	49
4.5 Analisis Data	49
4.6 Pembahasan.....	57
BAB V PENUTUP	60
5.1 Simpulan.....	60
5.2 Keterbatasan Penelitian	61
5.3 Saran Penelitian.....	62
5.4 Agenda Penelitian Mendatang	63
DAFTAR PUSTAKA	64
KUESIONER.....	66
LAMPIRAN	68