

DAFTAR ISI

COVER	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	ii
PENGESAHAN MUNAQOSAH	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Sistematika Penulisan	7
BAB II	9
LANDASAN TEORI	9
A. Deskripsi Teori	9
1. <i>Theory of Reasoned Action (TRA)</i>	9
2. <i>Theory of Planned Behavior (TPB)</i>	10
3. Strategi Bauran Pemasaran (<i>marketing mix</i>).....	11
4. Kualitas Pelayanan (<i>Service Quality</i>)	14
5. Keputusan Pembelian Konsumen	18
B. Penelitian Terdahulu.....	24
C. Kerangka Berfikir.....	28
D. Hipotesis.....	29
BAB III	31
METODE PENELITIAN	31
A. Jenis dan Pendekatan	31
1. Jenis Penelitian	31
2. Pendekatan	31
B. Setting Penelitian.....	31
C. Populasi dan Sampel.....	32
1. Populasi	32
2. Sampel.....	32

D. Desain dan Definisi Operasional Variabel.....	33
E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	35
F. Teknik Pengumpulan Data	35
G. Uji Prasyarat.....	37
H. Teknik Analisis Data	38
BAB IV.....	41
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
A. Gambaran Obyek Penelitian	41
B. Hasil Penelitian.....	43
C. Deskripsi Variabel Penelitian	46
D. Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	58
E. Hasil Uji Prasyarat.....	60
F. Hasil Analisis Data.....	63
G. Pembahasan Hasil Penelitian	66
BAB V	70
PENUTUP.....	70
A. Simpulan	70
B. Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 <i>Theory of Reasoned Action</i>	10
Gambar 2. 2 <i>Theory of Planned Behavior</i>	11
Gambar 2. 3 Proses Keputusan Pembelian Konsumen	19
Gambar 2. 4 Kerangka Berfikir	29
Gambar 4. 1 Logo Trenshop.....	42
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas Histogram	61
Gambar 4. 3 Hasil Uji Normalitas Probability Plot	61
Gambar 4. 4 Hasil Uji Heterokidastisitas	63



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1	Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3. 1	Definisi Operasional Variabel	33
Tabel 3. 2	Skala Likert Pada Pertanyaan.....	37
Tabel 4. 1	Struktur Organisasi Minimarket Trensop	43
Tabel 4. 2	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	43
Tabel 4. 3	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
Tabel 4. 4	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	45
Tabel 4. 5	Deskripsi Responden Berdasarkan Kerutinan Berbelanja	45
Tabel 4. 6	Deskripsi Responden Berdasarkan Alamat	46
Tabel 4. 7	Hasil Jawaban Responden.....	46
Tabel 4. 8	Deskripsi Hasil Simpulan Jawaban Responden Variabel Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	50
Tabel 4. 9	Deskripsi Hasil Simpulan Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan.....	54
Tabel 4. 10	Deskripsi Hasil Simpulan Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian Konsumen.....	57
Tabel 4. 11	Hasil Uji Validitas Instrumen Respdnen	58
Tabel 4. 12	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Responden	60
Tabel 4. 13	Hasil Uji Kolmogrov Smirnov	62
Tabel 4. 14	Hasil Uji Multikolinieritas	62
Tabel 4. 15	Hasil Uji Regresi Linier Berganda	64
Tabel 4. 16	Hasil Uji Koefisien Determinasi R ²	661
Tabel 4. 17	Hasil Uji Signifikansi Simultan (uji f).....	65
Tabel 4. 18	Hasil Uji Koefisiensi Regresi Secara Parsial (uji t)	652