

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN NOTA PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB 1 : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Batasan Penelitian	4
C. Rumusan Masalah	4
D. Tujuan Penelitian	5
E. Manfaat Penelitian.....	5
F. Sistematika Penelitian	6
BAB II : PERILAKU KONSUMEN DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN	
A. Perilaku Konsumen	8
1. Pengertian Perilaku Konsumen	8
2. Dasar Perilaku Konsumen	9
3. Model Perilaku Konsumen	10
4. Teori Perilaku Konsumen	11
5. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	12
B. Faktor Keluarga	
1. Pengertian Keluarga	16
2. Variabel yang Mempengaruhi Keluarga	17

3. Peranan Individu dalam Keluarga	18
C. Faktor Harga	
1. Pengertian Harga	19
2. Strategi Harga	20
3. Tujuan Penetapan Harga	21
4. Faktor Harga	22
5. Faktor yang Mempengaruhi Penetapan Harga	22
D. Faktor Produk	
1. Pengertian Produk	23
2. Fungsi Produk	24
3. Tingkat Produk	24
4. Lingkungan Produk	25
5. Faktor yang Terkandung dalam Produk	26
E. Faktor Tempat Belanja	
1. Pengertian Tempat Belanja.....	28
2. Store Atmosphere (suasana)	29
3. Pemilihan Pasar Swalayan	30
F. Keputusan Pembelian	
1. Pengertian Keputusan Pembelian	32
2. Peran Pembelian Konsumen	33
3. Perilaku Pembelian.....	34
4. Struktur Keputusan Pembelian	35
5. Tahap- Tahap Proses Keputusan Pembelian	36
G. Penelitian Terdahulu.....	38
H. Kerangka Konseptual	41
I. Hipotesis.....	41

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	44
B. Sumber Data	44
C. Populasi dan Sample	45
D. Definisi Oprasional	46
E. Teknik Pengumpulan Data	49
F. Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen	50

G. Uji Asumsi Klasik	51
1. Uji Multikolinieritas	51
2. Uji Autokorelasi	51
3. Uji Normalitas	52
4. Uji Heterokedastisitas	53
H. Analisis Data Regresi Berganda	53
1. Uji t	54
2. Koefisien Determinasi (R ²)	54

**BAB IV : FAKTOR KELUARGA, HARGA, PRODUK DAN TEMPAT
BELANJA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

A. Gambaran Objek Penelitian	55
B. Gambaran Umum Responden	58
C. Faktor Perilaku Konsumen	60
D. Hasil Validitas dan Realibilitas	64
E. Hasil Uji Asumsi Klasik	67
F. Analisis Data Regresi Linear Berganda	71
G. Hasil Penelitian	76
H. Pembahasan	78
I. Implikasi Penelitian	84

BAB V : PENUTUP

1. Kesimpulan	85
2. Keterbatasan Penelitian	86
3. Saran	87
4. Penutup	87

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN- LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT PENDIDIKAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	38
Tabel 3.1 Definisi Oprasional Variabel.....	46
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	58
Tabel 4.2 Umur Responden	59
Tabel 4.3 Status Nikah Responden	59
Tabel 4.4 Penghasilan Responden	60
Tabel 4.5 Frekuensi Variabel Faktor Keluarga	60
Tabel 4.6 Frekuensi Variabel Faktor Harga	61
Tabel 4.7 Frekuensi Variabel Faktor Produk.....	62
Tabel 4.8 Frekuensi Variabel Faktor Tempat Belanja	63
Tabel 4.9 Frekuensi Variabel Faktor Keputusan Pembelian	64
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Instrumen	65
Tabel 4.11 Hasil Uji Realibilitas Instrumen	66
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolonieritas	67
Tabel 4.13 Hasil Uji Autokorelasi	69
Tabel 4.14 Persamaan Regresi	72
Tabel 4.15 Uji T.....	74
Tabel 4.17 Hasil Koefisien Determinan	75

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen	10
Gambar 2.2 Proses Keputusan Pembelian.....	36
Gambar 2.3 Kerangka Konseptual.....	41
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Pasar Bitingan Kudus	57
Gambar 4.2 Normal Probability Plot	69
Gambar 4.3 Grafik Scatterplot	71

