

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	1
1.1.3 Logo Perusahaan	2
1.1.4 Produk Perusahaan.....	2
1.1.5 Struktur Organisasi Elzatta.....	3
1.2 Latar Belakang.....	4
1.3 Rumusan Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Kegunaan Penelitian	8
1.6 Sistematika Penulisan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Rangkuman Teori	11
2.1.1 Pemasaran.....	11
2.1.2 Perilaku Konsumen	11
2.1.3 Sifat dan Perilaku Konsumen	12
2.1.4 Tipe Perilaku Pembelian Konsumen	13
2.1.5 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	14
2.1.6 Keputusan Pembelian	18
2.1.7 Proses Keputusan Pembelian.....	18
2.2 Penelitian Terdahulu	20

2.3 Kerangka Pemikiran	27
2.4 Hipotesis	28
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	28
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1 Jenis Penelitian	30
3.2 Variabel Operasional	30
3.3 Skala Pengukuran	37
3.4 Tahap Penelitian	37
3.5 Populasi dan Sampel.....	38
3.5.1 Populasi	38
3.5.2 Sampel	38
3.6 Teknik Sampling.....	39
3.7 Pengumpulan Data.....	40
3.7.1 Jenis Data Primer	40
3.7.2 Jenis Data Sekunder	40
3.8 Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.9 Teknik Pengujian Data.....	41
3.9.1 Uji Validitas.....	42
3.9.2 Uji Reliabilitas	45
3.10 Teknik Analisis Data.....	45
3.10.1 Analisis Deskriptif	45
3.10.2 Analisis Faktor.....	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	54
4.1 Karakteristik Responden	54
4.1.1 Jenis Kelamin	54
4.1.2 Usia	55
4.2 Hasil Penelitian	57
4.2.1 Analisis Deskriptif	58
4.2.2 Analisis Faktor	92
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	102
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	104
5.1 Kesimpulan	104
5.2 Saran	104
5.1.1 Bagi Perusahaan	104

5.1.2 Bagi Peneliti Selanjutnya	105
DAFTAR PUSTAKA	106
Lampiran	108