

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Logo Brader Maker	1
1.1.2 Visi Misi	2
1.2 Latar Belakang.....	2
1.3 Rumusan Masalah	10
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Manfaat Penelitian	11
1.6 Sistematika Penulisan	12
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	13
2.1.1 Pemasaran	13
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	14
2.1.3 Perilaku Konsumen.....	15
2.1.4 Keputusan Pembelian	16
2.1.5 Dimensi Keputusan Pembelian.....	17
2.1.6 Faktor Pendorong Keputusan Pembelian.....	21

2.2 Penelitian Terdahulu	26
2.3 Kerangka Pemikiran	32
BAB III METODE PENELITIAN.....	35
3.1 Jenis Penelitian	35
3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran.....	35
3.2.1 Operasional Variabel.....	35
3.2.2Skala Pengukuran.....	38
3.3 Tahapan Penelitian	39
3.4 Populasi dan Sampel.....	40
3.4.1 Populasi	40
3.4.2 Sampel.....	40
3.5 Pengumpulan Data.....	42
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data	42
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	43
3.6.1 Uji Validitas	43
3.6.1 Uji Reliabilitas.....	43
3.7 Teknik Analisis Data	44
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	46
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	47
4.1 Karakteristik Responden.....	47
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	47
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	48
4.2 Uji Validitas dan Realibilitas	49
4.2.1 Uji Validitas	49
4.2.2 Uji Realibilitas.....	50
4.3 Analisis Deskriptif	51
4.4 Analisis Data.....	53
4.4.1 Measure Of Sampling Adequacy (MSA)	53

4.4.2 KMO dan Barlett Test (<i>Measure of Sampling Adequacy</i>)	54
4.4.3 Communalities	55
4.4.4 Analisis <i>Total Variance Explained</i> (Jumlah Faktor).....	55
4.4.5 Komponen Matrik	56
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian	57
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	59
5.1 Kesimpulan	59
5.2 Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN	63